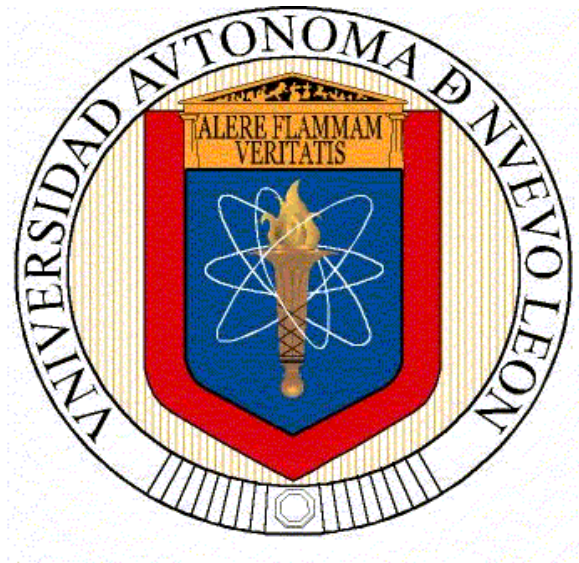


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y RELACIONES INTERNACIONALES



TESIS

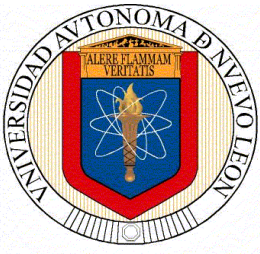
**FACTORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ORGANIZACIONALES QUE
DETERMINAN EL DESEMPEÑO ECONÓMICO EMPRESARIAL: UN ANÁLISIS EN
EL MERCADO SOCIALMENTE RESPONSABLE MEXICANO**

PRESENTA

MARÍA DEL CARMEN GAYTÁN RAMÍREZ

**PARA OBTENER EL GRADO DE DOCTOR EN FILOSOFÍA CON ORIENTACIÓN
EN RELACIONES INTERNACIONALES, NEGOCIOS Y DIPLOMACIA**

NOVIEMBRE, 2019



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y RELACIONES INTERNACIONALES



TESIS

**FACTORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ORGANIZACIONALES QUE DETERMINAN
EL DESEMPEÑO ECONÓMICO EMPRESARIAL: UN ANÁLISIS EN EL MERCADO
SOCIALMENTE RESPONSABLE MEXICANO**

PRESENTA

MARÍA DEL CARMEN GAYTÁN RAMÍREZ

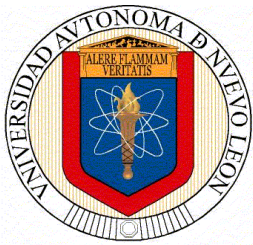
**PARA OBTENER EL GRADO DE DOCTOR EN FILOSOFÍA CON ORIENTACIÓN
EN RELACIONES INTERNACIONALES, NEGOCIOS Y DIPLOMACIA**

DIRECTOR DE TESIS

DR. CESARIO ARMANDO FLORES VILLANUEVA

MONTERREY, NUEVO LEÓN, MÉXICO

NOVIEMBRE DE 2019



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y RELACIONES INTERNACIONALES

**DOCTORADO EN FILOSOFÍA CON ORIENTACIÓN EN RELACIONES INTERNACIONALES,
NEGOCIOS Y DIPLOMACIA**

Los integrantes del H. Jurado examinador de la sustentante:

MARÍA DEL CARMEN GAYTÁN RAMÍREZ

Hacemos constar que hemos revisado y aprobado la tesis titulada:

**“FACTORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ORGANIZACIONALES QUE DETERMINAN EL
DESEMPEÑO ECONÓMICO EMPRESARIAL: UN ANÁLISIS EN EL MERCADO SOCIALMENTE
RESPONSABLE MEXICANO”**

FIRMAS DEL HONORABLE JURADO

**Nombre
Presidente**

**Nombre
Secretario**

**Nombre
Primer Vocal**

**Nombre
Segundo Vocal**

**Nombre
Tercer Vocal**

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, María del Carmen Gaytán Ramírez declaro solemnemente que el documento aquí presentado es fruto de mi propio esfuerzo y, hasta donde estoy enterada, no contiene material escrito o publicado por alguien más, excepto aquellos materiales o ideas que por ser de otras personas les he dado el debido reconocimiento y los he citado cumplidamente en las referencias.

Declaro además, que esta tesis no ha sido publicada anteriormente para obtener algún grado académico o título profesional.

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mis padres. Los AMO.

RECONOCIMIENTOS

Mi total y sincero reconocimiento a mi director de tesis, el Dr. Cesario Armando Flores Villanueva, quien desde el inicio de este proyecto supo orientarme con paciencia y determinación. Asimismo, siempre se mostró dispuesto a transmitirme desinteresadamente parte de su conocimiento y se propuso formarme integralmente, haciendo que me esforzara e hiciera las cosas lo más pulcramente posible.

Mi reconocimiento especial al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por su patrocinio durante este posgrado, gracias a esta institución la culminación de este trabajo ha sido posible.

Quiero reconocer a todos mis maestros, son personas dignas de admiración y respeto. Han hecho que cada semestre sea especial, su guía y observaciones han sido sumamente valiosas para mí. Me llevo un gran aprendizaje de cada uno de ustedes.

Mi completo reconocimiento a la dirección de posgrado de la Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales, siempre se mostraron amables y me brindaron apoyo cuando lo necesité.

AGRADECIMIENTOS

Antes que nada, doy gracias a Dios por haberme puesto en este camino, del cual me llevo gratas experiencias y maravillosos recuerdos. Le doy gracias también, por ser mi compañero, guía y luz a lo largo de todo el doctorado y en mi vida.

Quiero agradecer a mis compañeros, cada uno aportó algo significativo en mí. Hicieron que el doctorado fuera más ameno. Gracias por sus críticas constructivas, por su apoyo, por los divertidos momentos y sobre todo por su amistad.

Y por último, pero no por ello menos importante y con todo mi amor:

Gracias a mis padres María del Carmen Ramírez Pérez y Jesús Gaytán García, por enseñarme a utilizar mis alas y por volar conmigo, por sus palabras de aliento y estímulo constante, por inculcarme valores como la responsabilidad, la humildad, el respeto, la dedicación y el amor, por creer en mí. Ambos son para mí, mi ejemplo a seguir, mi más grande orgullo y mi motivación. Este trabajo es también de ustedes.

Gracias a mi hermano Jesús Gaytán Ramírez, porque ha llenado mi vida de hermosos momentos, gracias por aguantarme, por desesperarme y por siempre cuidarme. Debes saber que siempre estaré para ti. Eres extraordinario y doy gracias a Dios por tenerte en mi vida.

Gracias a ti, Jaime Alvarez Quintana, por brindarme tu confianza, por darme tu amor y tu apoyo incondicional. Por estar siempre a mi lado, por aconsejarme y alentarme a seguir preparándome. Me haces ser mejor persona. Para mí, tú eres admirable.

Gracias por todo. Los AMO.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. METODOLOGÍA	3
1.1 Introducción	3
1.2 Antecedentes	5
1.3 Problema	6
1.4 Pregunta de investigación	8
1.5 Justificación	9
1.6 Objetivos	10
1.6.1 Cualitativos.....	10
1.6.2 Cuantitativos	11
1.7 Hipótesis.....	12
1.7.1 Cualitativas	12
1.7.2 Cuantitativas	12
1.8 Marco conceptual.....	13
1.9 Modelo de investigación	17
1.10 Diseño de la investigación	17
1.11 Matriz de congruencia.....	19
CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	20
2.1 Introducción	20
2.2 Concepto de responsabilidad social empresarial.....	20
2.3 Niveles de responsabilidad social empresarial	25
2.4 Teorías de responsabilidad social empresarial	27
2.4.1 Teorías instrumentales.....	28
2.4.2 Teorías de carácter político.....	30
2.4.3 Teorías integradoras	31
2.4.4 Teorías sobre ética y moral	34
2.5 Conclusiones.....	36
CAPÍTULO III. ENFOQUE DE LOS ORGANISMOS INTERNACIONALES RESPECTO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: ACUERDOS, NORMATIVAS Y GUÍAS	37

3.1 Introducción	37
3.2 Referentes de RSE a nivel internacional.....	37
3.2.1 Objetivos de Desarrollo Sostenible	38
3.2.2 Pacto Mundial de las Naciones Unidas	40
3.2.3 Líneas directrices de la OCDE	42
3.2.4 Declaración tripartita de la OIT	44
3.2.5 Libro verde de la Unión Europea.....	45
3.2.6 AA1000	46
3.2.7 <i>Global Reporting Initiative</i> (GRI)	47
3.2.8 Sistemas de gestión.....	48
3.2.8.1 Sistema de Gestión SA8000.....	49
3.2.8.2 ISO 14001	50
3.2.9 Normalización Internacional ISO 26000.....	50
3.2.10 Indicadores ETHOS de RSE	52
3.3 Informes de responsabilidad social empresarial.....	53
3.4 Conclusiones.....	55
CAPÍTULO IV. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN MÉXICO	56
4.1 Introducción	56
4.2 Concepto y organismos promotores de responsabilidad social empresarial	56
4.3 Regulación de la responsabilidad social empresarial en México	59
4.4 IPC Sustentable.....	63
4.5 Norma ISO 26000 en México.....	64
4.6 Problemas en la implementación de RSE en México	64
4.7 Estudios sobre responsabilidad social empresarial en México	65
4.8 Conclusiones.....	68
CAPÍTULO V. DIMENSIONES AMBIENTAL Y SOCIAL DE RSE, FACTORES ORGANIZACIONALES Y DESEMPEÑO ECONÓMICO	69
5.1 Introducción	69
5.2 Dimensión ambiental de RSE	69
5.3 Dimensión social de RSE.....	72
5.4 Factores organizacionales	75
5.5 Desempeño económico.....	77

5.6 Vinculación entre la dimensión ambiental de RSE y el desempeño económico.....	79
5.7 Vinculación entre la dimensión social de RSE y el desempeño económico.....	82
5.8 Vinculación entre la RSE totalizada y el desempeño económico.....	83
5.9 Conclusiones.....	90
CAPÍTULO VI. METODOLOGÍA Y COMPROBACIÓN CUALITATIVA	92
6.1 Introducción	92
6.2 Enfoque cualitativo	92
6.3 La investigación cualitativa en RSE.....	94
6.4 Instrumento de investigación: entrevista semiestructurada	95
6.5 Participantes.....	98
6.6 Proceso de planeación de la entrevista	99
6.7 Categorización	100
6.8 Resultados obtenidos	100
6.9 Construcción de categorías y subcategorías de las variables	108
6.10 Conclusiones	112
CAPÍTULO VII. METODOLOGÍA Y COMPROBACIÓN CUANTITATIVA	114
7.1 Introducción	114
7.2 Enfoque cuantitativo.....	114
7.3 Unidad de análisis.....	115
7.4 Recolección de datos.....	118
7.4.1 Fuentes de información	118
7.4.2 Variables.....	118
7.4.3 Análisis de contenido como técnica para medir el grado de involucramiento en RSE.....	123
7.5 Análisis estadístico	131
7.5.1 Diseño en la investigación del análisis de la regresión múltiple	132
7.5.1.1 Potencia estadística y tamaño muestral	134
7.5.2 Examinación de supuestos	134
7.5.2.1 Linealidad	134
7.5.2.2 Normalidad.....	135
7.5.2.3 Homocedasticidad.....	137
7.5.3 Valoración global de ajuste en caso de detección de casos atípicos	138
7.5.4 Examinación de la significación estadística de la regresión lineal múltiple.....	139

7.5.5 Multicolinealidad	141
7.6 Resultados de los análisis estadísticos.....	142
7.6.1 Resultados de las correlaciones parciales	142
7.6.2 Resultados de la regresión lineal múltiple	143
7.6.2.1 Interpretación estadística de resultados del modelo 1 de regresión lineal.....	146
7.6.2.2 Interpretación estadística de resultados del modelo 2 de regresión lineal.....	147
7.7 Conclusiones	148
CAPÍTULO VIII. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	149
8.1 Introducción	149
8.2 Análisis y discusión de la revisión conceptual	149
8.3 Análisis y discusión de resultados cualitativos	152
8.4 Análisis y discusión de resultados cuantitativos	159
8.4.1 Análisis y discusión de resultados descriptivos	159
8.4.2 Análisis y discusión de resultados estadísticos	163
8.5 Análisis de diferencias y semejanzas entre los resultados cualitativos y cuantitativos.....	167
8.6 Conclusiones.....	169
CONCLUSIONES Y PROPUESTAS	171
Limitaciones de la investigación.....	172
Futuras líneas de investigación	173
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	175
ANEXOS	206

ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

-FIGURAS

Figura 1.1 Variables e hipótesis de estudio.	13
Figura 2.1 Proceso de evolución en el estudio del concepto de RSE	24
Figura 2.2 La pirámide con los niveles de RSE.....	26
Figura 3.1 Los 7 principios de ISO 26000.....	52
Figura 5.1 Investigaciones que relacionan el desempeño social y económico de las empresas desde 1972-2013	89
Figura 7.1 Porcentaje de las actividades reportadas en los informes de RSE en México	130
Figura 7.2 Etapas seguidas en el análisis de regresión múltiple	132
Figura 7.3 Diagrama P-P de cada regresión lineal múltiple	137
Figura 8.1 Categorías y subcategorías de variables en estudio de acuerdo con las opiniones de los entrevistados.....	153

-TABLAS

Tabla 4.1 Algunos estudios de RSE desarrollados en el contexto mexicano	66
Tabla 5.1 Indicadores utilizados para medir la dimensión medioambiental	71
Tabla 5.2 Indicadores utilizados para medir la dimensión social.....	74
Tabla 5.3 Signo de la relación entre la RSE y el desempeño económico de 1972-2007.	88
Tabla 6.1 Guía de la entrevista.....	97
Tabla 6.2 Tipo de entrevistado y medio de entrevista.....	98
Tabla 7.1 Involucramiento en RSE por origen	117
Tabla 7.2 Origen de las empresas con informes de RSE	117
Tabla 7.3 Giro de las empresas con informes de RSE	117
Tabla 7.4 Fuentes de información de las variables e indicadores de investigación.....	118
Tabla 7.5 Características de algunos estudios que han utilizado el análisis de contenido como método de investigación en RSE.....	125
Tabla 7.6 Sistema de dimensiones e indicadores utilizado para el análisis de contenido de informes de RSE o sostenibilidad	127
Tabla 7.7 Frecuencias y porcentajes de las actividades reportadas en los informes de RSE de empresas en México	129

Tabla 7.8 Descriptivos de las variables de estudio.....	133
Tabla 7.9 Valores de asimetría y curtosis de las variables de estudio	135
Tabla 7.10 Valores obtenidos en las pruebas de Levene y M de Box para descartar problemas de homocedasticidad	138
Tabla 7.11 Correlación de las variables de estudio	143
Tabla 7.12 Regresión lineal modelo 1a en ROA 16	144
Tabla 7.13 Regresión lineal modelo 1b en ROE 16.....	144
Tabla 7.14 Regresión lineal modelo 2a en ROA 16	145
Tabla 7.15 Regresión lineal modelo 2b en ROE 16.....	145
Tabla 8.1 Hipótesis propuestas y estado.....	166
Tabla 8.2 Semejanzas y diferencias entre los resultados cualitativos y cuantitativos.....	167

ACRÓNIMOS, SIGLAS Y ABREVIATURAS

BMV: Bolsa Mexicana de Valores

CANACINTRA: Cámara Nacional de la Industria de Transformación

CANAIMPA: Cámara Nacional de la Industria Panificadora

CC: Consejo de la Comunicación

CCE: Consejo Coordinador Empresarial

CEMEFI: Centro Mexicano para la Filantropía

CNEC: Cámara Nacional de Empresas de Consultoría

COMPITE: Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica

CONCAMIN: Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos

Confederación USEM: Confederación de las Uniones Sociales de Empresarios en México, A.C.

COPARMEX: Confederación Patronal de la República Mexicana

CSP: Corporate Social Performance

DE: Desempeño Económico

ESR: Empresa Socialmente Responsable

Fundemex: Fundación del Empresariado de México

GRI: Global Reporting Initiative

I+D: Investigación y Desarrollo

ICC Mexico: International Chamber of Commerce Mexico

IFC: International Finance Corporation

IMEF: Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas

IPC: Índice de Precios y Cotizaciones

LGCC: Ley General de Cambio Climático

MA: Medio Ambiente

OCDE: Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos

ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible

OIT: Organización Internacional del Trabajo

ONGs: Organizaciones no Gubernamentales

ONU: Organización de las Naciones Unidas

P/UPA: Precio entre utilidades por acción

P/VL: Precio entre valor en libros

ROA: Retorno sobre activos/ rendimiento sobre activos

ROE: Rendimiento sobre capital

ROS: Rendimiento de las ventas

RSE: Responsabilidad Social Empresarial

SEMARNAT: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales

UPA: Utilidades por acción

WBCSD: World Business Council for Sustainable Development

INTRODUCCIÓN

En este documento se presenta una investigación doctoral, la cual establece los factores ligados a la responsabilidad social empresarial (RSE) y organizacionales que determinan el desempeño económico de empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales en México.

Es un proyecto de suma relevancia porque el sector privado juega un rol significativo en el cumplimiento de la agenda 2030 con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Para crear un impacto verdadero a nivel mundial, las empresas, además de ponerse de acuerdo y trabajar con gobiernos locales (Barria, 2019), necesitan integrar la sostenibilidad en sus principales actividades de gestión y estrategias administrativas.

En México, la apertura comercial y económica ha atraído la inversión de empresas multinacionales que cuentan con un enfoque en la sostenibilidad y que buscan desarrollar mejores prácticas en su gestión. Dichas empresas, al igual que empresas mexicanas, han sido estudiadas en cuanto a su involucramiento en actividades de RSE.

En general, las empresas que evitan participar en actividades de RSE no están identificando su impacto positivo a largo plazo. En el caso de México, las organizaciones requieren un cambio en el enfoque empresarial en temas como RSE y sostenibilidad. El determinar el impacto económico a partir de la ejecución de dichas prácticas es necesaria para construir ejemplos de negocio sostenibles.

Este documento se organiza en nueve capítulos, cada uno tratando un punto en particular. El capítulo uno presenta los antecedentes del problema para ubicar al lector en el contexto sobre el cual se plantea la problemática de investigación. También, este capítulo enuncia el problema, muestra el objetivo general y los objetivos específicos de manera congruente con el problema, se incluye la justificación que resalta las razones del

por qué es importante este trabajo y las brechas que se tratan de llenar. Los capítulos dos, tres, cuatro y cinco son de marco teórico, donde se desarrollan los conceptos y las teorías en las que se sustenta la investigación. En el capítulo seis se explica la metodología cualitativa que se llevó a cabo y su comprobación. En el capítulo siete se desarrolla la metodología y la comprobación cuantitativa utilizada. El capítulo ocho presenta el análisis y la discusión de los resultados. Por último, un capítulo para conclusiones y propuestas, seguido de las referencias bibliográficas y anexos.

CAPÍTULO I. METODOLOGÍA

1.1 Introducción

Actualmente, a nivel internacional, un tema muy discutido es el de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Dicho tema se ha convertido en una de las principales preocupaciones de académicos y directivos (Moslemany & Etab, 2017), así como también de empresas y negocios. La preocupación por el medio ambiente, los derechos humanos y la vida comunitaria por parte del sector empresarial, ha aumentado significativamente en los años recientes (Grayson & Hodges, 2017; Kaufmann, Bhattacharya & Hsu, 2008; Webb & Honnen, 2006). Al principio, sólo existía dicha inquietud en el segmento empresarial de los países industrializados, sin embargo, se ha ido expandiendo a nivel internacional llegando también a países en vías de desarrollo (Webb & Honnen, 2006).

La RSE es un concepto donde las empresas deciden de forma voluntaria contribuir al logro de una mejor sociedad asumiendo de manera responsable los efectos de su actividad en todos los ámbitos (mercado, sociedad, medio ambiente) (Bernal, 2016; Rokhmawati & Gunardi, 2017). Aunado a lo anterior, dentro de las teorías de RSE, la teoría que engloba a la totalidad de grupos que tienen interés en la empresa, con los que ésta se relaciona y cuya finalidad recae en crear un beneficio mutuo es la de stakeholders (Freeman, 1984).

La investigación en torno a la RSE ha ido evolucionando, comenzando por estudios sobre qué es la responsabilidad social, cómo y por qué las empresas deciden llevar a cabo prácticas de este tipo, hasta estudios aplicados que intentan probar una relación entre las medidas de RSE adoptadas por una empresa y los resultados obtenidos por ésta (González-Ramos, Donate & Gómez, 2014). A su vez, se destaca la existencia de una discusión tanto a nivel académico como empresarial sobre la relación entre RSE y el desempeño económico de una empresa, ya que los resultados obtenidos en diferentes investigaciones siempre se muestran mixtos (García-Castro, Ariño & Canela, 2010; Lee,

2008). Lo anterior puede deberse a que en los estudios se omiten variables en los modelos, falta consenso en la definición y medición de la RSE (García-Castro, Ariño & Canela, 2010; Surroca, Tribó & Waddock, 2010), se analizan empresas en distintos sectores empresariales y culturales, entre otros motivos. Por esto, es importante desarrollar estudios enfocados en la relación entre la RSE y el desempeño económico de la empresa en el país.

En esta tesis se analiza el grado de involucramiento en RSE, el tamaño y el sector de las empresas socialmente responsables en México, tanto extranjeras como nacionales, para establecer su determinación en el desempeño económico de éstas, lo cual es el objetivo de esta investigación.

Para llevar a cabo lo anterior, se optó por utilizar una metodología mixta. Se comenzó con una fase cualitativa mediante la aplicación de entrevistas semiestructuradas a directivos empresariales, consultores e investigadores con conocimiento en RSE; con el fin de conocer los motivos para incorporarse en este tipo de prácticas y encontrar si existe o no (para los entrevistados) una relación entre la RSE y el desempeño económico de las empresas, así como también, para afinar las variables del instrumento cuantitativo. Se prosiguió con la fase cuantitativa, donde se realizó un censo para encontrar qué empresas contaban con informes de RSE o sostenibilidad, éstos fueron analizados y codificados, finalmente, se contrastaron mediante estadísticos para determinar su impacto en el desempeño económico de dichas organizaciones.

Se espera que esta investigación sea de utilidad a los interesados en la materia, a los empresarios mexicanos y extranjeros en los distintos sectores económicos que ya practican RSE, a los empresarios que aún no la practican, a los organismos gubernamentales y no gubernamentales como base en su promoción y fomento a programas que manejen este tipo de actividades. Así como también, que este estudio

fortalezca el entendimiento y la discusión de la Responsabilidad Social Empresarial en el país.

1.2 Antecedentes

La RSE no es un fenómeno reciente, pero ha adquirido mayor importancia en los últimos años. A pesar del camino recorrido, México se encuentra en la fase de exploración, comprensión y adopción parcial de la RSE (López, Contreras & Molina, 2011), ya que aún existen vacíos respecto a la conceptualización y también, en torno a la veracidad de su aplicación (Aguilar, 2013). El número de empresas que se están comprometiendo con la RSE ha ido en aumento, ya que están conscientes de que sus acciones tienen un impacto en la sociedad que les rodea y que deben hacer algo para construir una mejor sociedad y a su vez, sostenible (Rochlin, 2005).

Los estudios sobre RSE señalan la existencia de relaciones de diferente carácter entre las prácticas empresariales de RSE y los resultados en el desempeño económico de dichas empresas (Alonso-Almeida, Rodríguez García, Alejandro, Aimer & Abreu, 2012; Bernal, 2016; Herrera, Larrán & Martínez-Martínez, 2013; Orlitzky, Schmidt & Rynes, 2003). Tal y como mencionan Martínez-Campillo, Cabeza-García & Marbella-Sánchez (2013) y Miras, Carrasco & Escobar (2011), es necesario al analizar la relación entre estas dos variables, no sólo tomar en cuenta el signo (positivo, negativo o neutral) sino también la dirección causal de la misma.

Hay autores que afirman que el desarrollo de la RSE es uno de los principales factores que influyen en el mejoramiento del desempeño económico (Annandale & Taplin, 2003; Bull, 2003; Prakash, 2000; Tullberg, 2005). A su vez, estudios como los de Derwall, Guenster, Bauer & Koeijk (2005), Graves & Waddock (1994), Griffin & Mahon (1997), Lee & Faff (2009) y Orlitzky, Schmidt & Rynes (2003) han encontrado una relación positiva entre los impactos de la RSE y el desempeño económico de la empresa. Sin embargo, en algunos

otros estudios dicha relación es difusa (Brammer, Brooks & Pavelin, 2006; Friedman, 1970).

Debido a lo anterior, por el desconocimiento del impacto de la RSE en el desempeño económico en empresas en el país y porque es notable la escasez de estudios en países en vías de desarrollo, sobre todo en México (Alonso-Almeida et al., 2012), se hace necesario e importante investigar más sobre este tema. A su vez, algunos estudios también consideran que el tamaño (Gooding & Wagner, 1985; Orlitzky, 2001) y el sector (Porter, 1980) de la empresa están asociados a un mejor desempeño económico empresarial. Por ello, también serán analizados en este estudio.

Por otro lado, conociendo el auge de la RSE en México, en 1988, se fundó el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), un organismo de carácter privado. Hoy en día, CEMEFI es el encargado de otorgar distintivos de ESR (Empresa Socialmente Responsable), los cuales otorga a organizaciones que operan de manera responsable con sus grupos de interacción (gobierno, clientes, proveedores, empleados, entre otros) para que sean reconocidas ante la sociedad.

Para CEMEFI, el concepto de empresa socialmente responsable es aquélla que tiene un compromiso consciente y congruente de cumplir íntegramente con su finalidad tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades, el medio ambiente y para la construcción del bien común (Porto & Castromán, 2006).

1.3 Problema

La RSE ha sido objeto de estudio por investigadores y académicos, sobre todo a partir del siglo XXI. No obstante, debido a la escasez de estudios en el país y a la falta de consenso

entre el impacto de la RSE en el desempeño económico empresarial, dicho tema será el que se investigará en esta tesis. Los estudiosos del tema deben contribuir y proporcionar pruebas para ayudar a corporaciones en su toma de decisiones.

Muchos directivos consideran que la sostenibilidad es un tema novedoso, pero con pocos efectos positivos en su modelo de negocio, por ello, lo abordan de manera altruista y desligada a los objetivos empresariales. Este hecho implica que las estrategias de negocio requieren un cambio en su enfoque empresarial en el cual incorporen temas sociales y ambientales con conocimiento de los beneficios de ello. El hecho de que en México no se está identificando el impacto económico de las actividades de responsabilidad social (ETHOS Laboratorios de Políticas Públicas, 2017) hace necesario el análisis de esta relación.

Por otro lado, se han elegido exclusivamente a 500 empresas en México, que de acuerdo con la Revista Expansión (2017), son las empresas más importantes del país. Esta revista reporta cada año un listado con las empresas que ofrecen un bien o un servicio y que reportan ingresos o ventas independientes de su negocio y propiedad. De esta manera, ellos entregan una visión general sobre las principales empresas en México en los diversos sectores económicos, de las cuales al año 2017, 274 (54.8%) son de origen mexicano y 226 (45.2%) de origen extranjero (Expansión, 2017).

El estudio de la RSE en el sector privado se justifica por razones éticas y por los diferentes sectores económicos que compiten en el mercado y se involucran en ella (Perrigot, Oxibar & Déjean, 2015). Es importante señalar que es un reto fomentar prácticas de RSE, sobre todo cuando existe desconocimiento y ambigüedad en el concepto. Sin duda, es significativo que se cuente con un direccionamiento que permita que las empresas conozcan los beneficios que traen consigo dichas prácticas.

Para que las empresas consideren participar en prácticas sostenibles, deben conocer qué impactos tienen y qué beneficios les otorgan; dado que lo que las empresas buscan antes que cualquier otra cosa es la generación de riqueza. En efecto, el aspecto económico es importante, pero, además, debido a las preocupaciones del crecimiento de deterioro ambiental como el calentamiento global y aspectos sociales como los derechos humanos y seguridad, también importan los aspectos ambiental y social (Varsei, 2016). Debido a lo anterior, es eminente que las empresas estén enteradas de todo lo que implica la RSE.

Debido a los planteamientos anteriores, el interés de la presente investigación se centra en determinar los factores de RSE y organizacionales que influyen en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales con operación en México.

1.4 Pregunta de investigación

Diversos estudios de RSE se basan en las perspectivas y prácticas occidentales que están muy relacionados con los intereses específicos y las necesidades de ciertos grupos o situaciones (Giannarakis, Konteos, Zafeiriou & Partalidou, 2016). Basándose en estudios anteriores, en general, se encuentra la inexistencia de un consenso entre la verdadera relación e influencia de las actividades de RSE en el desempeño económico empresarial. También, al revisar la literatura, se percibe que existe influencia significativa entre el tamaño y el sector de las empresas en su desempeño económico.

En función de lo anterior, las preguntas de investigación planteadas son las siguientes:

Cualitativa

¿Cómo influye la adopción de prácticas de RSE en el desempeño económico de las empresas?

Cuantitativa

¿Cuáles son los factores de responsabilidad social empresarial y organizacionales que determinan el desempeño económico de empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales que operan en México?

1.5 Justificación

Esta investigación es valiosa debido a que aporta conocimiento sobre el impacto de las prácticas de RSE, el tamaño y el sector de las empresas socialmente responsables en México en el desempeño económico de las mismas. Se pueden comparar los resultados con otros de estudios anteriores en contextos similares al nuestro para probar si el modelo propuesto mejora la explicación de la variable dependiente. Es destacable la escasez de estudios en el país respecto a la RSE y sobre todo en cuanto a su relación con el desempeño económico. Este tema, pese a no ser nuevo a nivel internacional e incluso a nivel nacional, aún provoca incredulidad en México, puesto que se desconoce el carácter vital de la RSE tanto para las empresas como para la sociedad, además de que existe limitado entendimiento sobre las ideas que giran en torno a este concepto.

Por otro lado, este estudio también contribuye al campo de conocimiento ya que se aplicó una metodología en empresas con localización en México para poder medir, mediante informes de RSE, el impacto de las dimensiones de RSE en su desempeño económico.

Además, desde el punto de vista social, esta investigación tiene una aportación notable ya que como se ha mencionado, México se está involucrando en la RSE, pero aún está muy lejos comparado con otros países. Los directivos de empresas dicen que la RSE es estratégica pero no revelan en qué porcentaje y en qué aspectos los favorece.

Este estudio es relevante ya que servirá a:

- Empresas mexicanas y extranjeras socialmente responsables en la toma de decisiones respecto a sus estrategias de RSE.
- Empresas mexicanas y extranjeras que no lleven a cabo prácticas de RSE, para conocer sobre el tema y analizar sus impactos.
- Organizaciones no gubernamentales que impulsan prácticas de RSE.
- Organismos gubernamentales que apoyan a las empresas mexicanas y extranjeras en la implementación de estrategias de RSE.
- Investigadores interesados en el tema como base para futuros estudios relacionados.

1.6 Objetivos

1.6.1 Cualitativos

General:

Describir, desde la percepción de los entrevistados, cómo influye la RSE en el desempeño económico de las empresas.

Específicos:

1. Explicar cuál es la importancia de involucrarse en la adopción de prácticas de RSE.
2. Identificar qué prácticas consideran los expertos dentro de la dimensión ambiental de RSE.
3. Identificar qué prácticas consideran los expertos dentro de la dimensión social de RSE.

1.6.2 Cuantitativos

General:

Establecer cuáles son los factores ligados a la responsabilidad social empresarial y organizacionales que determinan el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales que operan en México.

Específicos:

1. Establecer si el grado de involucramiento en RSE es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales que operan en México.

a) Dimensión Ambiental de RSE:

2. Establecer si la dimensión Medio Ambiente de RSE es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales que operan en México.

b) Dimensión Social de RSE:

3. Establecer si la dimensión social de RSE es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales que operan en México.
4. Establecer si la experiencia en RSE es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales que operan en México.

c) Factores organizacionales:

5. Establecer si el tamaño es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales que operan en México.
6. Establecer si el sector es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales que operan en México.

1.7 Hipótesis

1.7.1 Cualitativa

No se trabaja una hipótesis cualitativa, ya que usualmente en este enfoque, la hipótesis es el resultado del estudio (Flores, Gómez & Jiménez, 1999; Guba & Lincoln, 2002; Hernández Sampieri, Fernández Collado & Baptista Lucio, 2010; Krause, 1995).

1.7.2 Cuantitativa

H1) El grado de involucramiento en Responsabilidad Social Empresarial es un factor determinante en el desempeño económico de empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales que operan en México.

H2) La dimensión Medio Ambiente de RSE es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales que operan en México.

H3) La dimensión social de RSE es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales que operan en México.

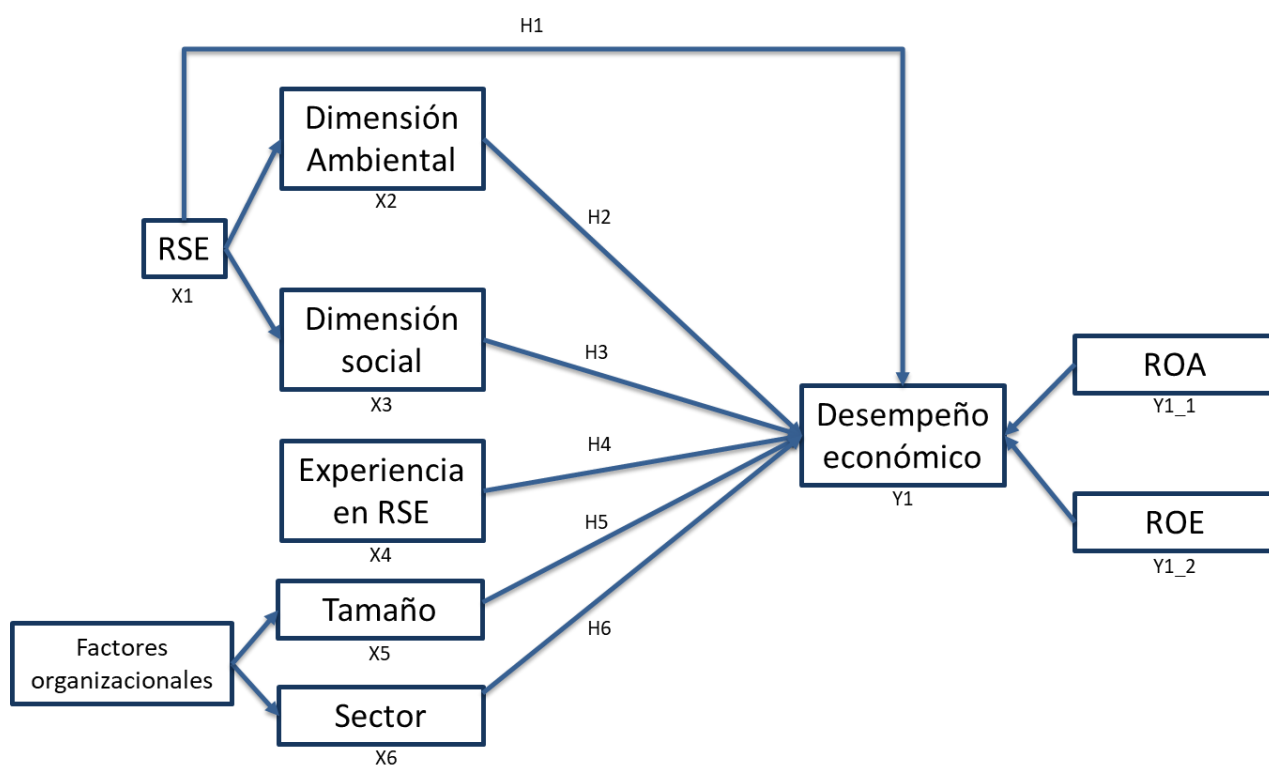
H4) La experiencia en RSE es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales que operan en México.

H5) El tamaño es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales que operan en México.

H6) El sector es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales que operan en México.

En la figura 1.1 se puede observar a las variables e hipótesis de estudio de manera gráfica.

Figura 1.1 Variables e hipótesis de estudio.



Fuente: elaboración propia.

1.8 Marco conceptual

Es difícil definir lo que es Responsabilidad Social Empresarial (RSE), puesto que no existe un consenso y además es un concepto que se encuentra en constante evolución. Para

efecto de esta investigación, el concepto de Responsabilidad Social Empresarial hace referencia a las actividades de la empresa con el entorno en el que actúa. Dicho entorno, está formado por diferentes grupos como empleados, clientes y consumidores, proveedores, comunidad local y medio ambiente. De acuerdo con Freeman (1984; 2004), a los grupos que afectan o son afectados por el comportamiento de la empresa se les denomina *stakeholders* o grupos de interés.

Hoy en día, el sector empresarial ya no sólo debe preocuparse por generar riqueza como lo hacía anteriormente, tal y como Friedman (1970) afirma (la única responsabilidad de la empresa es la de obtener el máximo beneficio posible para sus accionistas); sino que debe preocuparse también por realizar una gestión integral donde todos los grupos de interés puedan satisfacer sus demandas.

Pese a ello, la RSE ha sido vista como una estrategia para mejorar la reputación empresarial, de manera que aumenten las ventas y así acrecentar las ganancias. Eso se puede constatar, ya que en la literatura existen diversas investigaciones que demuestran que existe una correlación positiva entre el desempeño socialmente responsable y el rendimiento financiero de la empresa (Griffin & Mahon, 1997; Orlitzky et al., 2003; Van de Velde, Vermeir & Corten, 2005).

Por otro lado, la organización internacional *Global Reporting Initiative* (GRI), una organización que desarrolla y presenta informes de sostenibilidad a nivel internacional, en su Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad (2006), expone que el desempeño de una organización debe ser evaluado en tres dimensiones: la social, la económica y la ambiental. Dado que la RSE no es una variable que se pueda medir, se han desarrollado distintos modelos para evaluarla. La mayoría de los modelos de RSE se basan en estas tres dimensiones y surgen debido a lo que John Elkington (1997) en la década de los noventa denominó *Triple Bottom Line*.

Por dimensión social de RSE, Chow y Chen (2012) destacan los esfuerzos empresariales por conocer las necesidades de los grupos de interés, la protección de derechos y el compromiso con la comunidad con respecto al desarrollo de acciones que mejoren la calidad de vida de los ciudadanos. Por su parte, CEMEFI, en su informe sobre el concepto de Responsabilidad Social, divide dicha dimensión en interna y externa. Por un lado, en la dimensión social interna, implica la responsabilidad compartida y subsidiaria de inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores para el cuidado y fomento de la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo integral y pleno de todos ellos. Por otro lado, la dimensión social externa conlleva a la realización de acciones y aportaciones propias y gremiales seleccionadas para contribuir con tiempo y recursos a la generación de condiciones que permitan y favorezcan la expansión del espíritu empresarial y el pleno desarrollo de las comunidades y, por tanto, a un entorno de mercado favorable para el desarrollo de su negocio.

Dentro de la dimensión económica de RSE, De la Cuesta (2004) indica que lo que se intenta recoger es la aportación de las actividades económico-funcionales de la empresa desde un punto de vista de desempeño social. De manera que, como mencionan Porter & Kramer (2006), se recojan ítems relativos a la mejora que implica para los grupos de interés el desarrollo de las actividades de la empresa, como el fortalecimiento de las relaciones con la comunidad, los beneficios aportados a los empleados o la mejora de las condiciones de vida de los clientes finales. Por su parte, Wood (1991) define esta dimensión como la configuración de los principios de responsabilidad social dentro de la organización, los procesos de respuesta social y las políticas, programas y resultados observables en lo que se refiere a las relaciones sociales de la empresa.

En cuanto a la dimensión ambiental, Bansal (2005), Chow & Chen (2012) y Spiller (2000) incluyen aspectos relativos a los esfuerzos por reducir impactos negativos sobre el medio ambiente, la elección de proveedores ambientalmente responsables o el uso de *inputs* respetuosos con el medio ambiente. Por su parte CEMEFI, divide la dimensión en interna,

implicando la responsabilidad total sobre las repercusiones ambientales de sus procesos, productos y subproductos, y, por lo tanto, la prevención de los daños que causen o pudieran causar; y externa, conllevando a la realización de acciones específicas para contribuir a la preservación y mejora de la herencia ecológica común para el bien de la humanidad actual y futura.

Por otro lado, otros estudios como los de Flores-Villanueva & Gaytán-Ramírez (2018), Hackston & Milne (1996), Meiseberg & Ehrmann (2012) y Perrigot, Oxibar & Déjean (2015) han optado por medir la RSE a través de las prácticas de las empresas hacia sus *stakeholders*. En dichos estudios, se mide la RSE mediante dimensiones como 1) medio ambiente, el cual incluye actividades referentes al cambio climático, utilización de productos ecológicos, operaciones y administración ecológica; 2) sociedad, la cual comprende actividades referentes a recursos humanos e involucramiento con la comunidad; 3) productos y servicios, se refiere a actividades relativas a la calidad y explicaciones a detalle sobre el producto o servicio que ofrecen; y, 4) gobernanza corporativa, la cual comprende actividades relativas a la transparencia de la administración y gestión de la empresa.

Obedeciendo lo anterior, indicadores de RSE como el ETHOS (2011) miden también a la responsabilidad social empresarial dividiéndola en siete temas: 1) valores, transparencia y gobierno corporativo; 2) público interno; 3) medio ambiente; 4) proveedores; 5) consumidores y clientes; 6) comunidad; 7) gobierno y sociedad. De manera que, al aplicarse el indicador ETHOS, cada empresa pueda plantearse cómo mejorar su desempeño en dichos aspectos.

Para efecto de esta investigación, son utilizadas dos dimensiones mencionadas: medio ambiente y social. A su vez, la dimensión social será dividida en: Público Interno, Clientes/Consumidores, Proveedores y Comunidad Local.

1.9 Modelo de investigación

Este estudio tiene un enfoque mixto. De acuerdo con Creswell (2009), un enfoque de este tipo permite una mejor comprensión del problema que se investiga. En este caso, se comenzó con una parte cualitativa, en donde se identificó a las personas precisas para concebir cómo ellos viven y entienden de forma práctica el tema de la RSE y se describe si existe o no influencia de las prácticas de responsabilidad social empresarial en el desempeño económico de las empresas. Para ello, se utilizó la recolección de datos sin medición numérica con el fin de descubrir o afinar variables e indicadores de investigación en el proceso de interpretación (Hernández Sampieri, Fernández Collado & Baptista Lucio, 2010). Se continuó con una parte cuantitativa, la cual utilizó la recolección de datos para poder probar hipótesis con base en una medición numérica y un análisis estadístico (Hernández Sampieri, Fernández Collado & Baptista Lucio, 2010) y también, se aseguró la validez por el proceso riguroso, ya que se evaluó su fiabilidad mediante el uso de pruebas estadísticas.

1.10 Diseño de la investigación

Como se menciona anteriormente, este diseño de investigación mixto integra de manera consecuente el enfoque cualitativo y el cuantitativo para obtener una comprensión mayor sobre el impacto de los factores de RSE y organizacionales en el desempeño económico de empresas en México.

La fase cualitativa incluye las experiencias que directivos de empresas, consultores e investigadores que viven, trabajan y fomentan prácticas de RSE, tienen respecto al tema. Por otro lado, en la fase cuantitativa, se valoran y miden las dimensiones medio ambiente y social de RSE (independientemente y en conjunto), las variables experiencia en RSE, tamaño y sector y se establece su impacto en el desempeño económico de empresas en México.

Primero se realizaron entrevistas semiestructuradas a diferentes actores expertos en el tema. Lo anterior se hizo para fortalecer las hipótesis cuantitativas, encontrar y afinar variables no consideradas inicialmente y así poder construir el instrumento de recolección de datos cuantitativo. Después, se realizó un censo a las 500 empresas más importantes de acuerdo con la Revista Expansión (2017) para detectar qué empresas contaban con informes de RSE o sostenibilidad. Posteriormente, mediante un análisis de contenido cuantitativo se midieron las actividades dentro de las dimensiones de RSE; de la página web de cada empresa se obtuvo la experiencia en RSE; y, mediante recolección de datos de fuentes secundarias, se consiguió información sobre el tamaño, el sector, las ventas anuales, así como también, porcentajes de ROA y ROE de las empresas de la muestra. Por último, se realizó una prueba estadística con el fin de establecer cuáles de las variables independientes determinan a la dependiente y así se pudieron comprobar o rechazar las hipótesis planteadas.

El diseño de la investigación es no experimental, puesto que se realizó sin manipulación de las variables, es decir, se observaron los fenómenos tal y como se presentaron. A su vez, es una investigación transversal porque la recolección de datos se hizo en un espacio temporal estático, en este caso, con la utilización de datos 2016.

1.11 Matriz de congruencia

Planteamiento del problema	Pregunta de investigación	Objetivo General	Objetivos específicos	Marco teórico	Hipótesis	Variables	Método	Instrumento de medición
Cuali	¿Cómo influye la adopción de prácticas de RSE en el desempeño económico de las empresas?	Describir, desde percepción de los entrevistados, cómo influye la RSE en el desempeño económico de las empresas.	1. Explicar cuál es la importancia de involucrarse en la adopción de prácticas de RSE. 2. Identificar qué prácticas consideran los expertos dentro de la dimensión ambiental de RSE. 3. Identificar qué prácticas consideran los expertos dentro de la dimensión social de RSE.	Capítulo 2. Sobre RSE 2.2 Concepto de RSE; 2.3 Niveles de RSE; 2.4 Teorías de RSE. Capítulo 3. Aspectos de RSE. 3.2 Referentes internacionales de RSE; 3.3 Informes de RSE. Capítulo 4. RSE en México. 4.2 Concepto y organismos promotores de RSE; 4.3 Regulación de la RSE en México; 4.4 IPC Sustentable; 4.5 Norma ISO 26000 en México. Capítulo 5. Dimensiones ambiental y social de RSE y Desempeño económico. 5.2 Dimensión ambiental de RSE; 5.3 Dimensión social de RSE; 5.4 Desempeño económico; 5.5 Modelo planteado; 5.6 Vinculación entre la dimensión ambiental y el desempeño económico; 5.7 Vinculación entre la dimensión social y el desempeño económico; 5.8 Vinculación entre la RSE y el desempeño económico.	/	(X) RSE (Y) Desempeño Económico		Entrevista semiestructurada
Cuanti	Hoy en día, no existe un consenso ni para los empresarios ni para el sector académico sobre el aporte verdadero de la RSE al desempeño económico de las empresas, ya que los resultados en distintas investigaciones han sido mixtos.	¿Cuáles son los factores de responsabilidad social empresarial y organizacionales que determinan el desempeño económico de empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales que operan en México?	Establecer cuáles son los factores ligados a la responsabilidad social empresarial y organizacionales que determinan el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales que operan en México.	1. Establecer si el grado de involucramiento en RSE es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales en México. 2. Establecer si la dimensión Medio Ambiente de RSE es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales en México. 3. Establecer si la dimensión social de RSE es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales en México. 4. Establecer si la experiencia en RSE es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales en México. 5. Establecer si el tamaño es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales en México. 6. Establecer si el sector es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales en México.	H1) El grado de involucramiento en Responsabilidad Social Empresarial es un factor determinante en el desempeño económico de empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales en México. H2) La dimensión Medio Ambiente de RSE es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales en México. H3) La dimensión social de RSE es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales en México. H4) La experiencia en RSE es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales en México. H5) El tamaño es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales en México. H6) El sector es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales en México.	(X1) Actividades de RSE (x2) Dimensión ambiental de RSE (X3) Dimensión social ambiente de RSE (X4) Experiencia en RSE (X5) Tamaño (X6) Sector (Y1) Desempeño económico	Mixto: 1) Cualitativo Fenomenológico 2) Cuantitativo	Análisis de contenido cuantitativo

CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

2.1 Introducción

La esencia de este capítulo consiste en referir el marco conceptual que describen distintos enfoques sobre la responsabilidad social empresarial. Con esto, se permitirá la comprensión de la relevancia en esta materia, la cual ha sido determinante en campos como el académico y el empresarial.

En este capítulo, se destaca cómo ha ido evolucionando el concepto de RSE, así como también las teorías que han enfocado su atención en el tema. Se desarrollan aquellas teorías que perciben esta cuestión como actividades sociales exclusivamente para creación de riqueza; aquellas teorías que enfatizan el carácter político; aquellas que buscan explicar la existencia de la RSE por el deseo de integrar demandas sociales; y, por último, aquellas que estudian a la RSE como respuesta al cumplimiento de derechos universales.

2.2 Concepto de Responsabilidad Social Empresarial

El concepto de responsabilidad social ha sido estudiado por distintos autores. De acuerdo con Gjølborg (2009), el concepto de responsabilidad social empresarial se origina en Estados Unidos. Por su parte, Carroll (1999) considera como el padre de la responsabilidad social empresarial moderna a Howard R. Bowen, ya que su libro titulado *“Social Responsibilities of the Businessman”* en 1953 muestra el primer trabajo relevante al respecto. En él, Bowen (1953) ha definido responsabilidad social como “la obligación de los empresarios de tomar decisiones y seguir líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad”. Para Bowen, la aceptación de

obligaciones con los trabajadores, consumidores y el público en general es una condición para la supervivencia del sistema de libre empresa (Carroll, 1999:270).

Poco después, en la década de 1960, varios autores siguen incursionando en el tema, entre ellos se encuentran: Davis (1960), Frederick (1960), Friedman (1962), McGuire (1963) y Walton (1967). Davis (1960) establece que la responsabilidad social se refiere a las decisiones y acciones de los empresarios adoptadas por razones más allá del interés económico o técnico de la empresa. Para Frederick (1960), la responsabilidad social es la vigilancia que los hombres de negocios deben hacer sobre el funcionamiento de un sistema económico para satisfacer las expectativas del público, es decir, que los recursos de una empresa deben destinarse a objetivos sociales. Por otro lado, Friedman (1962) sostiene que la única responsabilidad de la empresa es la de maximizar los beneficios económicos de sus accionistas, siempre y cuando se respeten las reglas básicas de la sociedad. A su vez, McGuire (1963) argumenta que la responsabilidad social insta a las empresas a asumir ciertas responsabilidades para con la sociedad, incluso más allá de sus obligaciones económicas y jurídicas. En la misma década, Walton (1967) considera que la responsabilidad social relaciona a la empresa con la sociedad, siempre y cuando los directivos de las organizaciones y los grupos relacionados persigan objetivos parecidos.

Carroll & Shabana (2010) han señalado que, en la década de 1970, los términos de responsabilidad social empresarial acorde a la capacidad de respuesta ante la sociedad y desempeño de la empresa provocaban discusiones. A finales de la década, el debate sobre el concepto se basaba en el logro de resultados (Carroll, 1979). Carroll (1979) introduce el concepto de *Corporate Social Performance* (CSP) que es la actuación o el desempeño social de una empresa. Otro autor que destaca en esta década es Ackerman (1973) quien menciona que lo importante es que las empresas respondan al entorno social. Por su parte, Frederick (1978) determina la diferencia entre la responsabilidad social corporativa y la capacidad de respuesta ante las cuestiones sociales, entendiendo que el primer término hace referencia a la postura socialmente responsable que asume la empresa y el

segundo, se refiere al acto literal de responder o de lograr una postura de respuesta frente a la sociedad (Carroll & Shabana, 2010).

En la década siguiente, durante los años 80, Carroll & Shabana (2010) mencionan que se generó más investigación teórica sobre el tema, sobre todo que se enfatizó en relacionar a la responsabilidad social con el desempeño financiero de las empresas. Para Jones (1980), la responsabilidad social corporativa alude a la idea de que las empresas tienen obligación con los grupos constituyentes de la sociedad que no sean los accionistas. Para él, la obligación debe ser adoptada de forma voluntaria. Freeman (1984) considera que la empresa debe atender a todos los grupos o individuos que se vean afectados por la actividad de la compañía. Para Epstein (1987), la responsabilidad social refiere al logro de resultados a partir de decisiones de la empresa relativas a asuntos o problemas específicos, los cuales tienen efectos positivos sobre las partes interesadas de la empresa.

Ya durante la década de 1990, autores como Wood (1991) y Carroll (1999) consideran a la responsabilidad social como el resultado de las empresas que mantienen una amplia relación con la sociedad, de manera que puedan obtener beneficios netos a largo plazo.

A partir del año 2000, surgen nuevas definiciones, en las cuales se va incorporando el concepto de desarrollo sostenible. El concepto de desarrollo sostenible es introducido por primera vez por la Comisión Brundtland en 1987 y hace referencia a la idea de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades y se ha ido introduciendo en la gestión empresarial tomando en cuenta elementos como cuidado del medio ambiente, bienestar social o derechos humanos (Moneva & Ortas, 2010).

Por su parte, el Libro Verde de la Comisión Europea (2001) sugiere que la mayor parte de las definiciones de responsabilidad social empresarial es entendida como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales

en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores. Otro concepto es el del *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) (2002), el cual señala que la responsabilidad social corporativa es el compromiso continuo de la empresa a actuar de forma ética para contribuir al desarrollo económico, contribuyendo a la mejora de la calidad de vida de sus empleados y familias, así como también de la comunidad local y de la sociedad en su sentido más amplio.

En 2010, la responsabilidad y el comportamiento ético de una organización ante los impactos que sus actividades provocan en la sociedad y el medio ambiente contribuyen al desarrollo sostenible. Dicha responsabilidad debe estar integrada en toda la organización y se debe llevar a la práctica en sus relaciones (ISO, 2010). En 2011, la Comisión Europea extiende la definición de RSE, entendiendo que las empresas deben mantener estrecha colaboración con las partes interesadas e integrar así, las preocupaciones sociales, medioambientales y éticas, el respeto a los derechos humanos con el fin de crear valor compartido (Comisión Europea, 2011). En 2013, Ildefonso Guajardo, Secretario de Economía en México 2012-2018, menciona que la RSE trata de un comportamiento esperado de grupos de personas o empresas en donde se consideran las expectativas de los involucrados en la implementación de una actividad o proyecto, siempre con un enfoque dirigido al desarrollo social sostenible (Aguilar, 2013).

Como se puede observar, no existe una definición universal sobre responsabilidad social empresarial, en algunos casos entendida como responsabilidad social corporativa. Lo que se puede notar es que poco después de las primeras definiciones, los conceptos comienzan a involucrar a las partes interesadas o a los grupos de interés con los que tiene contacto la empresa. Dahlsrud (2006) ha identificado 37 definiciones de RSE y como mencionan Carroll & Shabana (2010), esta cifra subestima al verdadero número, ya que muchas definiciones académicas derivadas no fueron incluidas porque no reunían los constructos metodológicos para identificarlas como tal.

En esencia, de acuerdo con Cuervo et al. (2008), se habla de RSE cuando las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una mejor sociedad a través del desarrollo sostenible, yendo más allá de sus obligaciones legales, de manera que constituyen un compromiso ético con la sociedad y el entorno en el que se desenvuelven. Marín & Ruiz (2007) coinciden en que hablar sobre responsabilidad social corporativa refiere a la asunción voluntaria por parte de las organizaciones, de aquellas responsabilidades derivadas de los efectos de su actividad sobre la sociedad, así como el medio ambiente y las condiciones de desarrollo humano.

Figura 2.1 Proceso de evolución en el estudio del concepto de Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: Elaboración propia basada en Carroll & Shabana (2010).

En la figura 2.1 se puede observar el proceso de evolución del concepto de RSE. En sí, la RSE guarda relación con la obligación que tiene una empresa con los grupos de interés con quienes se relaciona debido a su gestión empresarial. Por ello, es importante gestionar las obligaciones de la empresa de manera que se minimice cualquier daño de largo plazo que una empresa pueda generar a su alrededor. Lo anterior es evidente, puesto que las empresas forman parte de la sociedad y sus decisiones empresariales tienen consecuencias sociales inevitables (Cadbury, 2006).

Como síntesis de los conceptos, se establece que la RSE refiere a acciones y comportamientos éticos y voluntarios de la empresa, los cuáles van más allá de la responsabilidad económica y legal que ésta tenga. Además, al no perjudicar con sus acciones y decisiones a sus grupos de interés, lo que se busca con su práctica es un desarrollo sostenible. En otras palabras, la RSE implica que una empresa actúe ética y conscientemente, haga las cosas correctamente y se haga responsable de lo que sus actividades provoquen.

2.3 Niveles de RSE

Algunos estudios presentan diferentes niveles de responsabilidad social empresarial. Por ejemplo, Carroll (1991) menciona que los empresarios tienen cuatro tipos de responsabilidades que son: las económicas, las jurídicas, las éticas y las filantrópicas. Carroll (1991) establece una pirámide de responsabilidad social, la cual se representa en la figura 2.2.

Figura 2.2 La pirámide con los niveles de responsabilidad social empresarial



Fuente: Elaboración propia adaptada de Carroll (1991).

De acuerdo con Carroll (1991, 2016), las responsabilidades económicas radican en que la empresa debe tener utilidades financieras. De no cumplirse, sería imposible que la organización siguiera escalando niveles de responsabilidad. En otras palabras, la empresa debe ser rentable. Las responsabilidades legales refieren que la empresa debe cumplir con los requisitos que marque la ley. Las responsabilidades éticas consisten en que la empresa debe reflejar comportamientos esperados por la comunidad, pese a que no estén legislados. En otras palabras, trata de un comportamiento correcto que evite daños a terceros. Las responsabilidades filantrópicas refieren a aquellas acciones de las empresas enfocadas a que la sociedad las reconozca como buenos ciudadanos corporativos. Este nivel de responsabilidad incluye filantropía y voluntariado (Carroll, 1991).

Adicionalmente, Lantos (2001) estudia cuatro compromisos de recursos en actividades de responsabilidad social. 1) Visión de generación de ganancias como único fin. En esta visión solo se deben generar utilidades y respetar las leyes. 2) Visión de generación de ganancias en un ámbito limitado. Al igual que el compromiso uno, tiene que ver el aspecto económico, pero, además, la empresa debe cumplir tanto leyes como normas dadas en el entorno donde opera. 3) Visión de bienestar social. En esta visión, la empresa debe

preocuparse y ocuparse por el daño que puede causar por su actividad. 4) Visión de empresa al servicio de la comunidad. Es una visión altruista. En este punto la empresa debe utilizar sus recursos con el fin de producir bienestar en la sociedad (Cancino del Castillo & Morales Parragué, 2008).

Por su parte, Cadbury (2006) menciona que existen tres niveles de responsabilidad empresarial. 1) Un nivel primario en el que la empresa se compromete a cumplir con sus responsabilidades básicas como el pago a sus empleados, pago a sus proveedores, remuneración a sus accionistas. Si dichos compromisos no se cumplen se da lugar a sanciones, puesto que la ley los prevé. 2) Un nivel secundario que consiste en que las empresas deben preocuparse por el impacto que produce su actividad al entorno. En este nivel, no solo importa lo que ya está establecido, sino que las organizaciones hagan algo más allá. Por último, 3) un nivel terciario, en el cual la empresa debe reflexionar sobre cómo puede influir de manera efectiva en la sociedad donde se desenvuelve.

2.4 Teorías de Responsabilidad Social Empresarial

El campo de la RSE ha crecido significativamente y contiene una gran proliferación de teorías, enfoques y terminologías (Garriga & Melé, 2004). Cancino del Castillo & Morales Parragué (2008) ordenan y profundizan diversos modelos teóricos de RSE bajo la perspectiva de análisis que realiza Garriga & Melé (2004). En este orden se distinguen cuatro grupos de teorías: instrumentales, de carácter político, integradoras y, sobre ética y moral. El primer grupo entiende a la RSE solo como medio para la creación de riqueza (Keim, 1978). En el segundo grupo, la empresa acepta deberes y coopera en ciertos aspectos sociales porque el poder de ésta enfatiza su relación con la sociedad y con la arena política. Para el tercer grupo, las empresas integran el negocio con las demandas sociales, puesto que se saben dependientes de la sociedad para su continuidad y crecimiento. Para el cuarto grupo, las empresas tienen una visión de RSE desde una

perspectiva ética, debido a ello, aceptan responsabilidades sociales como obligaciones éticas por encima de cualquier otra consideración (Garriga & Melé, 2004).

2.4.1 Teorías Instrumentales de RSE

Las teorías instrumentales se enfocan en el estudio de las actividades de responsabilidad social empresarial que permiten cumplir de mejor forma con los objetivos de creación de riqueza empresarial (Garriga & Melé, 2004; Keim, 1978). Dentro de este grupo, Cancino del Castillo y Morales Parragué (2008) señalan que las empresas buscan desarrollar actividades de RSE siempre que estas estén ligadas a la obtención de mayores beneficios económicos para sus accionistas. Diversos estudios han determinado la existencia de una correlación entre RSE y el desempeño económico. De ellos, varios han encontrado una correlación positiva (Griffin & Mahon, 1997; Key & Popkin, 1998; Waddock & Graves, 1997). Otros han encontrado que es difícil medir tal correlación (Rowley & Berman, 2000).

En función del objetivo, Garriga & Melé (2004) identifican tres grupos dentro de las teorías instrumentales. En el primer grupo el objetivo es la maximización del valor para el accionista y se mide por el precio de las acciones. En el segundo grupo, el objetivo estratégico es lograr ventajas competitivas para que a largo plazo se produzcan beneficios económicos. El tercer grupo, se relaciona con el marketing con causa.

Dentro del primer grupo, se distingue el trabajo de Friedman (1970), quien establece que la responsabilidad social debe recaer directamente en los individuos en sí, y no en las empresas propiamente. Como se ha mencionado anteriormente, para Friedman (1970), la única obligación social de la empresa es la de maximizar la riqueza para sus accionistas. También incluye que realizar acciones socialmente responsables impone una injusta y costosa carga hacia los accionistas, es por esto que él priva a los accionistas de decidir por ellos mismos qué hacer con sus beneficios.

Friedman (1970) establece que si un accionista o empleado quiere realizar contribuciones caritativas de cualquier tipo es su decisión, pero que esta decisión no está asociada a la empresa. La teoría de la agencia (Jensen & Meckling, 1976) es la que mejor se adaptaría en este grupo, pese a que, en la actualidad, se acepta que la maximización del valor de los accionistas no está en desacuerdo con la satisfacción de intereses de ciertos *stakeholders*.

Dentro del segundo grupo, Garriga & Melé (2004) identifican tres enfoques:

1) Inversiones sociales en contexto competitivo. En este enfoque destaca el trabajo de Porter & Kramer (2002), quienes consideran que invertir en actividades filantrópicas es la única manera de mejorar el contexto de la ventaja competitiva de una empresa. Por su parte, Burke & Lodgson (1996) mantienen que cuando las actividades filantrópicas están cerca de la organización, crean mayor riqueza que otros tipos de donaciones.

2) Visión basada en los recursos de la empresa y sus capacidades dinámicas. En este enfoque sobresalen los trabajos de Barney (1991) y Wernerfelt (1984) quienes sostienen que la capacidad de la empresa para tener mayor rendimiento que sus competidores depende de la interacción de los seres humanos y los recursos físicos y organizacionales a través del tiempo. Para generar ventajas competitivas, los recursos deben ser valiosos, raros y difícil de imitar. Por su parte, Hart (1995) argumenta que la empresa debe contar con tres capacidades estratégicas: prevención de la contaminación, gestión de los productos y desarrollo sostenible. Así mismo, señala que estas capacidades deben integrarse a los grupos de interés y formar una visión compartida.

3) Estrategias para la base de la pirámide económica. Innovaciones como estrategia, pueden mejorar la situación social y económica de los países en desarrollo y al mismo tiempo, crear una ventaja competitiva para industrias de giro de telecomunicación, electrónica de consumo, entre otras (Hart & Christensen, 2002; Christensen & Overdorf, 2000).

Dentro del tercer grupo, el marketing con causa es definido como “el proceso de implementación de actividades de marketing que se caracterizan por una oferta de la

empresa para contribuir a una causa específica, donde los clientes se dedican a la provisión de ingresos para satisfacer objetivos organizacionales e individuales” (Varadarajan & Menon, 1988, p.60).

Otros autores que caen dentro de este grupo de RSE, son Murray & Montanari (1986), quienes relacionan el desarrollo de actividades altruistas con el fin de mejorar la imagen y reputación de las empresas. Para ellos, las actividades de RSE son entendidas como acciones que ejecuta el área de mercadotecnia de una empresa con el propósito de posicionar la marca entre las personas y grupos directamente relacionados. También McWilliams & Siegel (2001) mencionan que el marketing con causa crea una reputación confiable y honesta para la empresa.

Dentro de esta visión, Cancino del Castillo & Morales Parragué (2008) mencionan que cuando los inversionistas valoran la rentabilidad del largo plazo, es más fácil que las empresas desarrollen actividades de RSE. Y que, por el contrario, cuando se valoran más los retornos a corto plazo, es más difícil, puesto que los recursos comprometidos en prácticas de RSE aparecen como gastos en los estados financieros en lugar de ser vistos como inversiones.

2.4.2 Teorías de Carácter Político

Las teorías de carácter político enfatizan el poder social que adquiere una compañía a medida que se ve inserta en una sociedad (Cancino del Castillo & Morales Parragué, 2008). Dentro de este grupo de teorías, Garriga & Melé (2004) distinguen dos teorías principales: 1) Constitucionalismo empresarial y 2) Ciudadanía empresarial.

Dentro del constitucionalismo empresarial, destaca el trabajo de Davis (1960), puesto que introduce el poder del negocio como un nuevo elemento en el debate de la responsabilidad social empresarial. Davis (1960) manifiesta que las decisiones de negocio

de una empresa empiezan a afectar al medio donde se desarrolla, en la medida que aumenta la participación y el tamaño de la empresa en una economía. Su trabajo, cae dentro de la teoría de carácter político, puesto que entre más grandes sean las empresas, pueden ser vistas como un ente político que, al tomar decisiones acordes a intereses sociales, adquieren poder e influencia sobre una sociedad.

Por otro lado, el enfoque de ciudadanía empresarial renueva la idea de que la empresa es vista como una ciudadana (Davis, 1973). Al ser la empresa parte de la sociedad, ésta debe participar socialmente contribuyendo en alguna medida a su bienestar (Melé, 2007). Para Wood & Lodgson (2002) las organizaciones no son entes individuales con autonomía para decidir sus actos, si no que adquieren un conjunto de derechos y deberes en un marco que regula el alcance de sus acciones.

Dentro de este enfoque, la mayoría de los autores convergen en que existe un fuerte sentido de responsabilidad social empresarial hacia la comunidad local y que las asociaciones son las formas específicas de formalizar la voluntad de mejorar a la comunidad y de tomar en cuenta al medio ambiente (Garriga & Melé, 2004).

2.4.3 Teorías Integradoras de RSE

Cancino del Castillo & Morales Parragué (2008) mencionan que las teorías integradoras desarrollan una serie de trabajos que buscan explicar el desarrollo de actividades de RSE por el deseo de integrar diversas demandas sociales, entre las que se puede mencionar: cumplimiento de las leyes, políticas públicas y la gestión balanceada de los intereses particulares de los grupos de interés de una empresa. Bajo este enfoque, las empresas deben respetar a las instituciones establecidas en cada sociedad (Cancino del Castillo & Morales Parragué, 2008). Por su parte, Garriga & Melé (2004) consideran que las teorías de este grupo se centran en detectar y dar respuesta a los problemas sociales para que exista una mayor cohesión social, aceptación y prestigio.

La primera teoría de este grupo es la gestión de problemas. La capacidad de respuesta a los problemas sociales surge en los años 70 (Sethi, 1975). Cancino del Castillo y Morales Parragué (2008) destacan el trabajo de Jones (1980), quien explica que la RSE es más fácil de adoptar intelectualmente que de aplicar empíricamente. Esto debido a que es fácil caer en el desarrollo de actividades difusas de RSE que no apunten a soluciones globales de una comunidad. Incluso, mencionaba que se puede atender responsablemente a un grupo de interés, mientras que se es irresponsable con otros grupos.

Cancino del Castillo y Morales Parragué (2008) sostienen que la idea del trabajo de Jones (1980) transmite que las empresas deben tratar de minimizar los problemas sociales bajo decisiones y acciones empresariales que éstas desarrollen, basándose en las leyes que regulan los compromisos mínimos que deben tener éstas con los mercados donde se desenvuelven.

Otra teoría integradora es la de la gestión de los grupos de interés o *stakeholders*. Esta teoría se centra en cuestiones orientadas a las partes interesadas (*stakeholders*) en lugar de cuestiones de responsabilidad pública. Un *stakeholder* es una persona o personas que afectan o son afectadas por las políticas y prácticas empresariales (Freeman, 1984).

De acuerdo con Garriga & Melé (2004), la teoría de los *stakeholders* trata de integrar a los grupos de interés dentro de la toma de decisiones empresariales. Se han realizado diversos estudios sobre dicha teoría y los temas que sobresalen son: mejores prácticas hacia los grupos de interés (Bendheim, Waddock & Graves, 1998), la importancia de los grupos de interés (Agle & Mitchell, 1999), el impacto de la gestión de los *stakeholders* sobre el rendimiento financiero (Berman, Wicks, Kotha & Jones, 1999), maneras en que los gerentes pueden equilibrar con éxito las demandas competitivas de los distintos grupos de interés (Ogden & Watson, 1999), entre otros.

En la actualidad, diversos grupos como organizaciones no gubernamentales (ONGs), activistas, gobiernos, medios de comunicación y otras organizaciones demandan que las empresas lleven a cabo prácticas responsables. El escuchar y dialogar con estos grupos, sensibiliza a la empresa y aumenta la comprensión respecto a los dilemas del entorno a los que se enfrenta (Kaptein & Van Tulder, 2003).

Otra teoría integradora es la del desempeño social corporativo. Esta teoría intenta integrar algunas de las teorías anteriores. El desempeño social corporativo incluye la búsqueda de legitimidad social con procesos para dar respuestas apropiadas (Garriga & Melé, 2004). Cancino del Castillo & Morales Parragué (2008) destacan el trabajo de Carroll (1979), el cual plantea una visión unificadora de conceptos de RSE de modo que apunte a la receptividad social. Carroll (1979) afirma que para que pueda existir una definición de RSE, de deben considerar los aspectos económicos, legales, sociales y filantrópicos de la pirámide de responsabilidad social empresarial (Carroll, 1991). Por su parte, Wood (1991) presenta un modelo de desempeño social de la empresa compuesto por los principios de la responsabilidad social empresarial, los procesos de respuesta social de las empresas y los resultados del comportamiento corporativo.

El último autor referido por Cancino del Castillo & Morales Parragué (2008) dentro de este grupo de teorías es Wilcox (2005). En su trabajo, este autor realiza una descripción sobre por qué es importante la RSE dentro de una sociedad. Cancino del Castillo & Morales Parragué (2008) argumentan que el autor transmite la idea de que la RSE debe ser utilizada como una herramienta para el desarrollo de políticas y acciones corporativas, en donde algunas de ellas deben estar destinadas a mejorar la parte operacional de su negocio. Wilcox (2005) manifiesta que la RSE es una parte integral de la estrategia empresarial.

2.4.4 Teorías sobre Ética y Moral en los Negocios

Por último, se encuentran las teorías sobre ética y moral en los negocios. Aquí se estudia el desarrollo de actividades de RSE en respuesta al cumplimiento de derechos universales, como el respeto por los derechos humanos, los derechos de la fuerza laboral, respeto al medio ambiente, preocupación de un desarrollo sostenible (Cancino del Castillo & Morales Parragué, 2008; Garriga & Melé, 2004). Se consideran teorías que soporten actividades de negocio que presten atención al progreso de generaciones presentes y futuras.

La primera teoría de este grupo es la teoría normativa de las partes interesadas. Esta teoría se incluyó en el grupo de las teorías integrativas porque para algunos autores esa forma de gestión es una forma de integrar las demandas sociales (Garriga & Melé, 2004). No obstante, se ha convertido en una teoría basada en la ética desde que Freeman (1984) entiende a los *stakeholders* como grupos que tienen una participación o reclamación en la empresa (proveedores, clientes, empleados, accionistas y comunidad local). La teoría normativa de los *stakeholders* ha sufrido diversas críticas. Sin embargo, este supuesto presenta una perspectiva diferente de la RSE, en donde la ética es fundamental.

Para Freeman (1983), más allá de la competencia económica, la razón fundamental de la actividad económica tiene que ver con la red que se forma entre los distintos actores y la colaboración y cuidado entre todos. Él maneja dos definiciones de grupos de interés, el primero, *stakeholders* en sentido amplio: es cualquier grupo o individuo que puede afectar los objetivos de la organización o quien es afectado por las actividades que realiza la empresa; el segundo, *stakeholders* en sentido restringido: cualquier grupo o individuo con el cual la empresa interactúa y del cual depende para poder sobrevivir.

Los derechos universales también entran en este enfoque. Los derechos humanos han sido tomados como base de la RSE, sobre todo en el mercado global y muchas compañías

los han adoptado (Cassel, 2001). Su expresión máxima se encuentra en el Pacto Global (ONU, 2000). El Pacto Global propugna una economía mundial más sostenible e inclusiva (Volpentesta, 2016). Otro ejemplo de ello es la certificación SA8000 como acreditación a la responsabilidad social basada en derechos humanos y laborales. Los derechos universales son importantes dentro de la RSE y tienen una base teórica y diversas teorías filosóficas y morales que los soportan (Donnelly, 1985).

El desarrollo sostenible es otro concepto notorio en este enfoque. Se basa en tres principios esenciales: progreso y desarrollo social, equilibrio ecológico-preservación ambiental y crecimiento económico (Volpentesta, 2016). En 1987, el Reporte *Brutland* manifestó que el desarrollo sostenible “busca satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las de generaciones futuras” (*World Commission on Environment and Development*, 1987, p.8). Destaca el trabajo de Van Marrewijk & Werre (2003), quienes señalan que la sostenibilidad corporativa es un proceso hecho a medida y que cada organización debe elegir su propia ambición y enfoque con respecto a la sostenibilidad.

Un último enfoque dentro de este grupo de teorías es el del bien común. De acuerdo con Garriga & Melé (2004) es el menos consolidado, pero tiene potencial. Este enfoque sostiene que las empresas, como cualquier otra organización, grupo o individuo en la sociedad, tiene que contribuir al bien común. Los negocios contribuyen al bien común de distintas maneras: con la creación de riqueza, la provisión de bienes y servicios, además, contribuyen a una convivencia armónica (Melé, 2002).

Otro autor referido dentro del enfoque del bien común es Kaku (1997), quien desarrolla la filosofía *Kyosei*, entendida como “la filosofía del espíritu de la cooperación”, dentro de esta filosofía tanto individuos como organizaciones viven y trabajan juntos por el bien común. Para Kaku (1997), una compañía que practica *Kyosei* establece una relación armónica con los clientes, proveedores, competidores, gobiernos y con el medio ambiente, de manera que afecta positivamente su entorno político, económico y social.

2.5 Conclusiones

En este capítulo, se muestra como a lo largo de la existencia de la RSE, distintos enfoques teóricos han intentado explicar el concepto y el propósito de ésta. Respecto a la definición, es claro que existen un sinfín de concepciones. No obstante, la mayoría converge en aspectos como responsabilidades que van más allá de lo legal y económico, que la RSE está encaminada a un desarrollo sostenible, que busca evitar el daño a terceros o grupos de interés y que deben ser responsabilidades totalmente voluntarias.

También es en este capítulo donde se ordenan los enfoques teóricos en cuatro grupos: instrumentales, de carácter político, integradoras y, sobre ética y moral. El grupo de las teorías instrumentales utiliza a la RSE como estrategia o medio para la creación de riqueza, ya que los autores de este enfoque sostienen que la maximización de ganancias y recursos es el único fin de las empresas. El grupo de las teorías de carácter político considera que las corporaciones aceptan deberes y cooperan en ciertos aspectos sociales porque el poder de éstas enfatiza su relación con la sociedad y con la arena política. Esto es claro, puesto que si una empresa es grande puede ser visto como ente de poder. Para el grupo de las teorías integradoras, las empresas deben integrar al negocio las demandas sociales, puesto que se saben dependientes de la sociedad para su continuidad y crecimiento. Por último, para el grupo de las teorías sobre ética y moral en los negocios, las empresas tienen una visión de RSE donde la ética es fundamental y pieza clave. Las corporaciones aceptan responsabilidades sociales porque confían en el bien común, en el cuidado mutuo de los diversos grupos de interés.

CAPÍTULO III. ENFOQUE DE LOS ORGANISMOS INTERNACIONALES RESPECTO A LA RSE: ACUERDOS, NORMATIVAS Y GUÍAS

3.1 Introducción

Este capítulo pretende establecer aspectos concernientes a los referentes de RSE a nivel internacional. A su vez, se presenta información respecto a la divulgación de la RSE, lo cual refiere a la provisión de información sobre el desempeño social y ambiental de las empresas hacia terceros. Usualmente las empresas divulgan estos datos mediante informes o reportes y los dan a conocer a sus grupos de interés en sus *websites* corporativos. Se desarrolla un apartado sobre informes de responsabilidad social empresarial; esto se considera necesario, puesto que éstos son analizados en la metodología cuantitativa.

3.2 Referentes de RSE a nivel internacional

En el ámbito empresarial, un sinfín de normas, certificaciones e informes han ido apareciendo para implementar y difundir las prácticas de RSE. Se podría decir, que lo anterior sucede porque existe un descontrol en la regulación que tienen las empresas a nivel internacional (Orozco, Acevedo & Acevedo, 2014). Tal y como menciona Strandberg (2010), las empresas no conocen cómo medir sus prácticas de RSE ni como presentarlas de manera coherente y ordenada. Ante esto, surgen guías como los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), el Pacto Mundial, las directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), la declaración tripartita de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el Libro Verde de la Comisión Europea, la *Account Ability* 1000 (AA 1000), el *Global Reporting Initiative* (GRI), SA 8000, la norma ISO 14001, ISO 26000, los indicadores Ethos de RSE, entre muchas otras.

Para este estudio es importante conocer a los organismos reguladores de RSE a nivel internacional, entendiendo que ellos tienen como fin orientar sobre el desempeño de las empresas en materia de responsabilidad social empresarial y la obtención de distintas metas basadas en los principios universales, de manera que puedan promover la adopción de dichas prácticas.

3.2.1 Objetivos de Desarrollo Sostenible

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible se aprobaron, por parte de 193 países, en el marco de la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible celebrada en la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en septiembre de 2015. Un total de 17 objetivos y 169 metas componen esta nueva guía del desarrollo global hasta 2030. El acuerdo no se limita únicamente a los países en desarrollo, sino que pretende involucrar también a los Estados desarrollados (Corresponsables, 2016). Los Objetivos de Desarrollo Sostenible son los siguientes:

- Objetivo 1: Poner fin a la pobreza en todas sus formas.
- Objetivo 2: Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.
- Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos o todas las edades.
- Objetivo 4: Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos.
- Objetivo 5: Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y niñas.
- Objetivo 6: Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos.

-Objetivo 7: Garantizar el acceso a una energía asequible, fiable, sostenible y moderno para todos.

-Objetivo 8: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente.

-Objetivo 9: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.

-Objetivo 10: Reducir la desigualdad en los países y entre ellos.

-Objetivo 11: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.

-Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

-Objetivo 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

-Objetivo 14: Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.

-Objetivo 15: Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar de forma sostenible los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.

-Objetivo 16: Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas.

-Objetivo 17: Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

Cada país adaptará los temas de los ODS a sus prioridades y a su realidad, por lo tanto, las actividades de RSE deben de alinearse a estos. La perspectiva de los ODS representa una nueva manera de responder a los retos de la sostenibilidad. De esta manera, los ODS

contribuirán en gran medida a resolver el contraste entre prácticas de RSE y su impacto real en las sociedades (Escudero & Lama, 2014).

3.2.2 Pacto Mundial de las Naciones Unidas

El Pacto Mundial es una iniciativa de política estratégica para las organizaciones que garantizan la alineación de sus operaciones y estrategias con diez principios, los cuales son reconocidos universalmente en las áreas de trabajo, medio ambiente, derechos humanos y anticorrupción (Marimon et al., 2012; Rasche, 2009). Bernal (2016) señala que dichos principios están basados en compromisos aceptados internacionalmente por instituciones tanto gubernamentales como no gubernamentales en las Naciones Unidas, como lo son: a) la Declaración Universal de Derechos Humanos, b) los Principios Fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo, c) la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción y d) la Declaración de Río sobre Desarrollo y Medio Ambiente (Rasche, 2009).

De acuerdo con Barkemeyer (2009), los objetivos generales del Pacto se dividen en: 1) internacionalizar el Pacto y sus principios, de manera que se vuelvan parte de la estrategia de negocios y 2) facilitar la cooperación y la resolución colectiva de situaciones conflictivas entre los diferentes grupos de interés o *stakeholders*.

El Pacto Mundial fue propuesto en 1999 (Kell, 2013) con nueve principios de adopción voluntaria. En junio de 2004, se le añadió un décimo principio en relación a la lucha contra la corrupción (Núñez-Tabales, Veroz-Herradón & Fuentes-García, 2005). El 26 de julio de 2000, fue publicado oficialmente (Kell, 2005).

Los principios del Pacto Mundial son los siguientes:

Principio 1. “Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente dentro de su ámbito de influencia”.

Principio 2. “Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos”.

Principio 3. “Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva”.

Principio 4. “Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción”.

Principio 5. “Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil”.

Principio 6. “Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación”.

Principio 7. “Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente”.

Principio 8. “Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental”.

Principio 9. “Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente”.

Principio 10. “Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno” (UN GLOBAL COMPACT).

Cabe destacar que, tal y como menciona Bernal (2016), el Pacto Mundial de la ONU no tiene intención de hacer cumplir los principios que en él se establecen ni tampoco de medir el comportamiento de las empresas participantes. Lo que lo diferencia de otras iniciativas es que pretende reunir a empresas y organizaciones para discutir, aprender y avanzar en sus principios (Gilbert, Rasche & Waddock, 2011) y desarrollar redes de colaboración entre las empresas participantes y otras partes interesadas para promover dichos principios (Gilbert & Rasche, 2008).

Además, las empresas adheridas al Pacto deben informar anualmente, mediante el Informe de Progreso, sobre las acciones realizadas en la adopción de los diez principios a

sus grupos de interés (Gilbert et al., 2011). De acuerdo con Koerber (2009), el no cumplir con dicho requisito es motivo de baja en el Pacto Mundial.

3.2.3 Líneas directrices de la OCDE

De acuerdo a Gilbert et al. (2011), las Líneas Directrices de la OCDE para empresas multinacionales representa el segundo mayor marco de referencia internacional, después del Pacto Mundial, a pesar de que fue el primero en ser lanzado en 1975 por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

Estas directrices se centran en las prácticas llevadas a cabo por empresas multinacionales y promueven políticas que mejoren el bienestar, tanto económico como social, de las personas en todo el mundo (Bernal, 2016; Marimon et al., 2012). El objetivo principal es generar una contribución empresarial en el progreso económico, medioambiental y social, en especial en torno a cuestiones del desarrollo sostenible (Gilbert et al., 2011). Los principios generales que contienen las directrices (OECD, 2011) deben considerar las opiniones de sus *stakeholders* y se dividen en dos apartados:

A. Las empresas deberán:

1. Contribuir al progreso económico, social y medioambiental con vistas a lograr un desarrollo sostenible.
2. Respetar los derechos humanos internacionalmente reconocidos de las personas afectadas por sus actividades.
3. Estimular la generación de capacidades locales mediante una cooperación estrecha con la comunidad local, incluidos los sectores empresariales locales, desarrollando al mismo tiempo las actividades de la empresa en los mercados interiores y exteriores de una manera compatible con la necesidad de prácticas comerciales saludables.

4. Fomentar la formación del capital humano, en particular creando oportunidades de empleo y ofreciendo formación a los empleados.
5. Abstenerse de buscar o de aceptar exenciones no contempladas en el marco legal o reglamentario relacionadas con los derechos humanos, el medio ambiente, la salud, la seguridad, el trabajo, la fiscalidad, los incentivos financieros u otras cuestiones varias.
6. Apoyar y defender unos principios de buen gobierno empresarial y desarrollar y aplicar unas buenas prácticas de gobierno empresarial.
7. Desarrollar y aplicar prácticas autodisciplinarias y sistemas de gestión eficaces que promuevan una relación de confianza recíproca entre las empresas y las sociedades en las que ejercen su actividad.
8. Promover el conocimiento y el cumplimiento por parte de los empleados de las empresas multinacionales de las políticas de empresa mediante una difusión adecuada de las mismas, incluso a través de programas de formación.
9. Abstenerse de tomar medidas discriminatorias o disciplinarias contra los trabajadores que elaboren, de buena fe, informes para la dirección o, en su caso, para las autoridades públicas competentes acerca de prácticas contrarias a la ley, a las directrices o a las políticas de la empresa.
10. Emplear la diligencia debida fundamentada en los riesgos incorporándola, por ejemplo, a sus sistemas de gestión de riesgos con el fin de identificar, prevenir o atenuar los efectos negativos, reales o potenciales que se describe en los apartados 11 y 12 e informar sobre cómo se reacciona ante dichos efectos negativos.
11. Evitar que las actividades propias tengan o contribuyan a crear efectos negativos en los campos contemplados por las directrices y tomar las medidas que se impongan cuando se produzcan dichos efectos.
12. Esforzarse por impedir o atenuar los efectos negativos cuando no habiendo contribuido a los mismos estén directamente relacionados con sus actividades, productos o servicios en virtud de una relación comercial. Esto no ha de

interpretarse como una transferencia de la responsabilidad de la entidad por causa de un efecto negativo sobre la empresa con la que mantiene una relación comercial.

13. Además de responder a los efectos negativos en los campos contemplados por las directrices, fomentar, en la medida de lo posible, que sus colaboradores comerciales, incluidos sus proveedores y contratistas apliquen principios de conducta responsable conformes con las directrices.
14. Comprometerse ante las partes implicadas facilitándoles posibilidades reales de participación a la hora de planificar y tomar decisiones relativas a proyectos u otras actividades susceptibles de influir de forma significativa en las poblaciones locales.
15. Abstenerse de cualquier injerencia indebida en las actividades políticas locales.

B. Se alienta a las empresas a que:

1. Apoyen, en función de sus propias circunstancias, los esfuerzos conjuntos desarrollados en los foros para favorecer la libertad en internet.
2. Participen en o presten su apoyo a, en su caso, iniciativas privadas o de varias partes interesadas y al diálogo social sobre una gestión responsable de la cadena de suministro (Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, 2011).

De acuerdo con la OECD (2011), las empresas “deberán garantizar la revelación de información puntual, periódica, fiable y relevante acerca de sus actividades, sus estructuras, su situación financiera y sus resultados. También, deberá publicarse esta información respecto al conjunto de la empresa y, cuando proceda, desglosada por líneas de negocio o zonas geográficas” (p. 5).

3.2.4 Declaración tripartita de la OIT

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) es la institución mundial responsable de la elaboración y supervisión de las Normas Internacionales del Trabajo. En las Naciones

Unidas, la OIT es la única agencia de carácter tripartita puesto que representantes de los gobiernos, empresarios y trabajadores participan en conjunto para la elaboración de políticas y programas (Bernal, 2016; Navarro-García, 2012).

La Declaración tripartita de la OIT sobre las empresas multinacionales y la política social, ofrece directrices en áreas como empleo, formación, condición de trabajo y vida, así como también relaciones laborales (Navarro-García, 2012), a través de pruebas y convenios internacionales basados en los derechos de los trabajadores. El fin que se busca es el de construir un clima más benéfico para el crecimiento económico y el desarrollo social (Marimon et al., 2012) mediante de la adhesión a dichas directrices por parte de todos los actores principales (gobierno, empresas y empleados) (Bernal, 2016).

A pesar de no ser vinculante desde el punto de vista legal, diversos exámenes son realizados periódicamente para vigilar la eficacia que dan las empresas multinacionales, los gobiernos y los trabajadores a dicha Declaración (Navarro-García, 2012).

3.2.5 Libro Verde de la Unión Europea

La Unión Europea define la RSE como un concepto con el cual las organizaciones integran voluntariamente aspectos sociales y medioambientales en sus operaciones y las interacciones con sus *stakeholders* (Vázquez-Carrasco & López-Pérez, 2013). Para cumplir el objetivo, en julio de 2001 se publica el llamado “Libro Verde” que plasma las líneas de la política gubernamental europea en RSE. Dicho libro supone el apoyo institucional definitivo de la Comisión Europea a un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio, por lo que se sitúa dentro de la categoría de principios generales de la RSC (Antolín y Gago, 2004). El Libro Verde provocó un gran debate y también sirvió para someter a discusión conceptos básicos y características de la RSE (Bernal, 2016).

El libro instituye como parte de la Responsabilidad Social de las Empresas el empeño de ofrecer de forma eficaz, ética y ecológica los productos y servicios que los consumidores demandan a las empresas, a la vez que se crean relaciones a largo plazo con sus clientes, centradas en la comprensión de las necesidades y expectativas de estos clientes, y basadas en una calidad, seguridad, fiabilidad y servicio superiores, que permitan obtener mayores beneficios (Bernal, 2016; Comisión Europea, 2001).

3.2.6 AA1000

Account Ability 1000 (AA1000) se crea con múltiples partes interesadas tales como empresas, organismos no gubernamentales, científicos y consultores (Beschoner & Müller, 2007) y, fue publicado en 1999 para promover acciones que fomentaran el desarrollo sostenible (Göbbels & Jonker, 2003).

Para Bernal (2016), las series de normas AA1000 facultan a la empresa decidir por sí misma qué cuestiones están en su ámbito de gestión de la sostenibilidad (Göbbels & Jonker, 2003). El primer elemento de la AA1000 es el AA1000 *Account Ability Principles Standard* (conocido como AA1000 APS). El fin de dicho elemento es ayudar a las empresas a comprender el proceso de lograr una mayor responsabilidad hacia sus *stakeholders* (Gilbert et al., 2011). AA1000 APS se basa en tres principios:

- El principio de inclusividad afirma que el proceso de demandas y necesidades de las partes interesadas debe tenerse en cuenta en todos los niveles de la organización y, por tanto, la inclusividad es el punto de partida para determinar la relevancia (Beschoner & Müller, 2007). El proceso de relevancia determina los temas que son más destacables y significativos para la organización y sus grupos de interés. Por otro lado, la capacidad de respuesta se refiere a las decisiones, acciones y desempeño relacionado con aquellos asuntos relevantes (Bernal, 2016).

- El segundo principio, el *AA1000 Assurance Standard* (Aseguramiento de la sostenibilidad) conocido como AA1000 AS garantiza la credibilidad y la calidad del desempeño y de los informes en materia de sostenibilidad. Dicho principio brinda un instrumento que puede ser utilizado por los profesionales en la materia para valorar la adhesión de la empresa a los principios anteriores de manera garantizada (Gilbert et al., 2011).
- El tercer principio es el estándar *AA1000 Stakeholder Engagement* y es considerado el principal objetivo de AA 1000 (Bernal, 2016; Beschorner & Müller, 2007). Este elemento es un marco de referencia que permite que las empresas desarrollen métodos útiles de implicación y dialogo con sus *stakeholders* (Gilbert et al., 2011).

De acuerdo con Bernal (2016), en 2003, la serie de normas AA1000 sufrieron una revisión y forman parte de la concepción de las directrices del *Global Reporting Initiative* (GRI) para los informes de sostenibilidad, con el objetivo primordial de favorecer permanentemente el diálogo con las partes interesadas (Beschorner & Müller, 2007).

3.2.7 *Global Reporting Initiative* (GRI)

GRI es una institución independiente y no lucrativa, constituida en 1997 como iniciativa conjunta de la organización CERES (*Coalition for Environmentally Responsible Economies*) (Tschopp & Nastanski, 2014) y del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), a partir de la necesidad de conseguir un desarrollo sostenible a escala global (Alonso-Almeida, Llach & Marimon, 2013).

Global Reporting Initiative (GRI) es una organización no lucrativa, su propósito es impulsar la elaboración de memorias de sostenibilidad en todo tipo de organizaciones (Marimon et al., 2012). Por ende, GRI es una iniciativa donde tanto empresas como otros tipos de

organizaciones se comprometen voluntariamente a informar sobre sus actividades ambientales y sociales en un formato preestablecido con un conjunto común de principios e indicadores que ayudan a garantizar la transparencia en torno a la sostenibilidad y la información social (Bernal, 2016; Gilbert et al., 2011).

En la actualidad el *Global Reporting Initiative* (GRI) es el estándar mundial más utilizado para informar sobre las cuestiones ambientales, sociales y gobernabilidad. Este estándar intenta facilitar un marco estandarizado para la presentación de informes no financieros (Gilbert et al., 2011). De acuerdo con Orozco, Acevedo & Acevedo (2014), el GRI no es muy profundo ya que solo sugiere un comportamiento socialmente responsable como positivo en aras del desarrollo sostenible.

El enfoque de GRI considera una economía global sostenible donde las empresas se preocupan y ocupan responsablemente de sus impactos a nivel económico, medioambiental, social y de gobierno e informan al respecto de una manera transparente.

3.2.8 Sistemas de Gestión

Un sistema de gestión es un conjunto de elementos mutuamente relacionados o que interactúan para establecer la política y los objetivos, y para lograr dichos objetivos en una organización (AENOR, 2005; Bernal, 2016). Entonces, se puede decir que un sistema de gestión de RSC se puede entender como un conjunto de procedimientos y métodos para evaluar sistemáticamente, medir, auditar y/o comunicar el comportamiento social y ambiental y/o resultados de las empresas (De Colle, Henriques & Sarasvathy, 2014; Gilbert et al., 2011;).

3.2.8.1 Sistema de Gestión SA 8000

Inicialmente, la "Agencia de Acreditación del Consejo de Prioridades Económicas" (*Council on Economic Priorities Accreditation Agency-CEPAA-*) instauró la idea del estándar SA 8000 (Göbbels & Jonker, 2003; Núñez Tabales et al., 2005 citados en Bernal, 2016).

De acuerdo con Gilbert & Rasche (2007) y Rasche (2010), la organización con sede en Nueva York "Responsabilidad Social Internacional" (*Social Accountability International-SAI-*), surgida de la CEPAA, es el órgano encargado para el desarrollo del estándar. SAI, fundada en 1997, es una organización no gubernamental con el objetivo de desarrollar y verificar la ejecución de normas voluntarias de responsabilidad social corporativa centradas en aspectos laborales (Navarro-García, 2012).

SA 8000 es representativa de las normas de responsabilidad social, puesto que proporciona un sistema de verificación aceptado internacionalmente para el desempeño ético y un marco completo para crear las condiciones de trabajo decente en las empresas multinacionales (Bernal, 2016; Gilbert & Rasche, 2007).

De acuerdo con Gilbert & Rasche (2008), la norma SA 8000 se dedica principalmente al análisis de ocho elementos clave de las condiciones de trabajo y la implementación de un sistema de gestión incluidos los procedimientos de diálogo de los *stakeholders*. Dichos elementos se enumeran a continuación (Beschoner & Müller, 2007; Göbbels & Jonker, 2003; Navarro-García, 2012):

1. Trabajo infantil
2. Trabajo forzado
3. Seguridad e higiene en el trabajo
4. Libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva
5. Discriminación

6. Medidas disciplinarias
7. Horario laboral
8. Remuneración
9. Sistema de gestión. Incluidos proveedores y subcontratistas.

SA8000 significa un avance sustancial en RSE puesto que, fue la primera norma auditable con el fin de impulsar los derechos laborales de los trabajadores a nivel mundial (Gilbert et al., 2011), tratándose de un proceso global de institución en la empresa que implica una auditoria (por un tercero) y la concesión de un certificado (Navarro-García, 2012).

3.2.8.2 ISO 14001

Diversos autores consideran que la norma ISO 14001 es uno de los estándares más prestigiosos respecto a la responsabilidad social. Dicha norma se encuentra dentro de la categoría de sistemas de gestión como un sistema de gestión de responsabilidad social (Gilbert et al., 2011; Marimon et al., 2012), donde lo principal es el medio ambiente y la sostenibilidad puesto que, mide el desempeño medioambiental empresarial (Zeng, Tam & Tam, 2010). De acuerdo con Mitchell & Hill (2009), existe una alta correlación entre la utilización de este estándar y la adopción del GRI, puesto que es utilizado como fuente de información en la preparación y divulgación de informes de sostenibilidad (Marimon et al., 2012).

3.2.9 Normalización Internacional ISO 26000

La guía de responsabilidad social, ISO 26000, fue publicada en septiembre de 2010 (Merlin, Duarte do Valle Pereira & Pacheco Junior, 2012) y manifiesta un gran paso en la integración de la responsabilidad social corporativa (Bernal, 2016; Pojasek, 2011). En su proceso de diseño y elaboración participaron expertos de 99 países miembros de ISO y 42 organizaciones públicas y privadas, con el fin de ajustar definiciones, temas

fundamentales y la unificación de la responsabilidad social en las empresas (Gilbert et al., 2011).

ISO 26000 es una Norma internacional ISO que ofrece guía en Responsabilidad Social. Esta norma está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en el sector público como en el privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición. El objetivo es proporcionar orientación a las organizaciones sobre RSE y puede utilizarse como parte de las actividades de la política pública. Su función es ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible (ISO 26000:2010, p.1).

ISO 26000 contiene guías voluntarias, no requisitos. Por lo tanto, no es para utilizar como una norma de certificación como la ISO 14001:2004. A diferencia de otras, esta norma de responsabilidad social es más amplia, pues considera a todas las partes interesadas, las cuales van desde los clientes hasta la sociedad en general (Castka & Balzarova, 2008). Esta norma ofrece las pautas para la integración de los asuntos sociales en la gestión de toda la organización (Gilbert et al., 2011) y para su contribución al desarrollo sostenible (Swanson y Zhang, 2012).

Bernal (2016) menciona que líderes organizacionales con visión de futuro reconocen que el éxito duradero debe basarse en prácticas de negocio creíbles y en la prevención de actividades, tales como la contabilidad fraudulenta y la explotación laboral. Sin embargo, el desafío es cómo poner en práctica los principios y cómo implementar la RSE efectivamente incluso cuando la comprensión sobre lo que significa “responsabilidad social” pueda variar de un programa a otro (Bernal, 2016).

Figura 3.1 Los 7 principios de ISO 26000



Fuente: Elaboración propia basado en ISO 26000 visión general del proyecto.

3.2.10 Indicadores ETHOS de RSE.

Los indicadores ETHOS permiten a las empresas evaluar su grado de desarrollo en materia de RSE tomando en cuenta estrategias, políticas y prácticas. Estos indicadores tienen una perspectiva integral que incluye siete dimensiones: 1) Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo; 2) Proveedores; 3) Público Interno; 4) Medio Ambiente; 5) Clientes y Consumidores; 6) Comunidad y 7) Gobierno y sociedad (Instituto ETHOS, 2013).

Los indicadores ETHOS no son auditables y su finalidad consiste en que las empresas puedan planear cómo mejorar su desempeño en las distintas dimensiones (Instituto ETHOS, 2013).

3.3 Informes de Responsabilidad Social Empresarial

Hoy en día, existe un aumento en el reconocimiento del sector empresarial sobre la importancia que sus *stakeholders* atribuyen a su comportamiento social, ambiental y ético (Zadek, Pruzan & Evans, 1997). Debido a ello, el papel de los informes de responsabilidad social empresarial o sostenibilidad (como le llaman algunos) adquiere gran importancia como mecanismo para cumplir la divulgación de la información (Gray, Owen & Adams, 1996). Strandberg (2010) señala que, en 2005, 52% de las 250 principales empresas que enlista “*Fortune 500*” publica informes de RSE. La elaboración y publicación de este tipo de informes no es una moda sino un requisito para una correcta gestión comercial y social de las empresas. En ellos, mediante la medición de la RSE, las organizaciones conocen el grado de cumplimiento de sus objetivos y pueden llevar a cabo ajustes que consideren necesarios para mejorar (Orozco, Acevedo & Acevedo, 2014).

De acuerdo con Gómez-Villegas & Quintanilla (2012), el objetivo de un reporte de responsabilidad social empresarial es la rendición de cuentas de una organización sobre su desempeño en términos del *triple bottom line* (triple línea de resultados: social, medioambiental y económico), lo que implica que la organización debe dar a conocer su impacto en dichos ámbitos y qué acciones realiza para contrarrestarlos.

Por otro lado, KPMG publica desde 1993 un reporte sobre la presentación de informes de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial a nivel internacional. En 2017, la firma miembro de KPMG revisó la presentación de informes de 4,900 empresas en 49 países, convirtiéndose en la encuesta más extensa de la historia. Su estudio proporciona una visión detallada de las tendencias mundiales en informes de RSE y puntos de vista empresariales sobre este tema y la sostenibilidad (KPMG, 2017:2).

De acuerdo con el estudio de KPMG, tres de cada cuatro de las 4,900 empresas analizadas publicaron informes. También, cada sector tiene una tasa de reporte de 60% o superior.

Este estudio menciona que el reporte integrado ha despegado en Japón, Brasil, México y España y, además, que el GRI continúa siendo el marco más popular para el reporte ya que dos de cada tres empresas analizadas lo aplican.

Dicho estudio también menciona que la regulación, las bolsas de valores y la presión de los inversionistas han impulsado las tasas de notificaciones de sostenibilidad nacionales. Ejemplo de ello es que el 78% de la muestra del estudio sugiere que las grandes compañías consideran que la información de RSE es importante para los inversores. De hecho, Jesús González, de Servicios de Sostenibilidad en KPMG México, menciona en este estudio que la inversión extranjera ayuda a aumentar los informes de RSE en el país. Ya hoy en día, la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) ha introducido índices de sostenibilidad y muchas empresas no pueden obtener nuevos inversores y acceder a capital nuevo sin producir dichos reportes. No obstante, es importante señalar que, si bien es cierto que las grandes empresas en México están adoptando la RSE como estrategia comercial a largo plazo, existe un desafío en convencer a las pequeñas y medianas empresas de México, puesto que ellas conforman el 99% de todas las empresas en el país (KPMG, 2017).

Por otra parte, Raufflet & Barrera (2010) mencionan que a diferencia de países europeos, en América Latina, la generación de informes de responsabilidad social manifiesta esfuerzos de las empresas, más no significa que involucra un cambio en su gestión administrativa ni en el aumento de una sostenibilidad organizacional o del ambiente en el que opera, sino la prevalencia de una visión filantrópica o estratégicamente dirigida a la total rentabilidad, puesto que las empresas implementan actividades hacia el interior o exterior, pero buscan beneficios económicos para ella (Crespo-Razeg, 2010).

3.4 Conclusiones

Los directores de las múltiples compañías están conscientes de que la gestión de RSE debe ser evaluada, incluso han notado que dicha gestión es una plataforma para crecer en el mercado y están publicando informes de sostenibilidad o RSE.

Ante la problemática de no saber cómo medir su progreso, estancamiento o retroceso en esta materia, nace la importancia de la existencia de normas y estándares mundialmente reconocidas y aceptadas. Con el seguimiento de los referentes internacionales, se busca proporcionar mayor transparencia a la gestión que lleva la empresa, de manera que se den a conocer las acciones llevadas a cabo al público en general.

La mayoría de los referentes internacionales en materia de RSE no son certificables ni regulatorios, por ejemplo: ISO 26000, GRI, Indicadores ETHOS, guía del Pacto Mundial, entre otras; pero sirven de guía en la revisión y autoevaluación de los impactos de las actividades empresariales en el entorno. Por otro lado, existen normas certificables y auditables como la norma SA 8000, la AA1000, etc. Las cuales sirven para atestiguar y fortalecer la credibilidad y calidad de los informes de sostenibilidad.

Si bien es importante seguir las normas y estándares internacionales de RSE, las empresas deben estar conscientes de que no se trata de solo un requisito benéfico para ellas, sino que sirve también para demostrar su compromiso con la sociedad y para la existencia de una comunicación honesta con sus *stakeholders* o grupos de interés. El hecho de que las empresas sigan este tipo de prácticas, con convicción, refleja que buscan un mejoramiento continuo tanto al interior como al exterior de ellas.

CAPÍTULO IV. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN MÉXICO

4.1 Introducción

México es un país de contrastes, en él conviven empresas grandes, nacionales y extranjeras con empresas pequeñas y medianas. El hecho de que existan carencias en términos económicos, educativos y de infraestructura impiden que la sostenibilidad avance de manera firme (KPMG, 2018). La Responsabilidad Social Empresarial es vista como un paso al desarrollo sostenible. Por ello, el propósito de este capítulo es señalar qué sucede en México en materia de RSE y tener una visión sobre el rumbo que está tomando este tema en el país.

4.2 Concepto y organismos promotores de RSE

La noción de RSE se define y se aplica de distinta manera en cada país, puesto que cada uno tiene su cultura, su historia y su realidad social, económica y ambiental. Para el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), organismo fundado en 1988 y de carácter privado, una empresa socialmente responsable es aquella que se compromete con su finalidad, pero considera las expectativas de todos sus participantes (Porto & Castromán, 2006).

La misión de CEMEFI es promover y articular la participación filantrópica, comprometida y socialmente responsable de los ciudadanos, organizaciones sociales y empresas para alcanzar una sociedad más equitativa, solidaria y próspera.

De acuerdo con CEMEFI, toda empresa que desee ser socialmente responsable debe asumir, adoptar y publicar los indicadores siguientes, que señalan el grado de adopción de la responsabilidad. El “decálogo” de toda empresa que desee ser socialmente responsable se muestra a continuación:

- 1) Promover e impulsar en su interior una cultura de RSE que busque las metas y el éxito del negocio, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad.
- 2) Identificar las necesidades sociales del entorno en que opera y colaborar en su solución, impulsando el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida.
- 3) Hacer públicos los valores de su empresa y desempeñarse con base en un código de ética.
- 4) Vivir al interior y al exterior de esquemas de liderazgo participativo, solidaridad, servicio y respeto a la dignidad humana.
- 5) Promover el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad (empleados, familiares, accionistas y proveedores).
- 6) Identificar y apoyar causas sociales como parte de su estrategia de acción empresarial.
- 7) Respetar el entorno ecológico en todos y cada uno de los procesos de operación y comercialización, además de contribuir a la preservación del medio ambiente.
- 8) Invertir tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades en las que opera.
- 9) Participar, mediante alianzas intersectoriales con otras empresas, en organizaciones de la sociedad civil (OSC) y/o con el gobierno, en la atención de las causas sociales que ha elegido.
- 10) Tomar en cuenta e involucrar a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social.

Por otro lado, Cajiga (2011) menciona que en México, uno de los principales avances en el tema es haber logrado el consenso de los principales organismos empresariales y de responsabilidad social sobre un concepto, lo cual facilita su difusión y comprensión. Dicha definición la otorga la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE) y es la siguiente:

“Responsabilidad Social Empresarial es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común” (Cajiga, 2011, p.4).

AliaRSE nace en el año 2000, como resultado de la II Conferencia de Responsabilidad Social Empresarial en América. Se crea como un movimiento de promoción de esta cultura y forma de gestión empresarial. Esta alianza se integra por los organismos empresariales y organizaciones sin fines de lucro más importantes en la promoción de buenas prácticas empresariales y en temas afines a la cultura de la RSE en el país, entre ellos se encuentran:

- a) Los fundadores: 1. Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi); 2. Consejo Coordinador Empresarial (CCE); 3. Confederación de las Uniones Sociales de Empresarios de México, A.C. (Confederación USEM); 4. Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX); 5. Caux Round Table-México (anteriormente AVAL, Administración por valores); 6. JA México (anteriormente Sistema DESEM e IMPULSA).

- b) Los miembros AliaRSE: 7. Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN); 8. Confederación Patronal de la República Mexicana CDMX (COPARMEX CDMX); 9. Cámara Nacional de Empresas de Consultoría (CNEC); 10. Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC); 11. Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica (COMPITE); 12. Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas (IMEF); 13. *International Chamber of Commerce México* (ICC México); 14. Consejo de la Comunicación (CC); 15. Cámara Nacional de la Industria Panificadora (CANAINPA).

- c) Fundaciones invitadas: 16. Fundemex (Fundación del Empresariado de México) y 17. Sociedad en Movimiento.

La misión de AliaRSE consiste en ser una alianza de organismos empresariales y organizaciones promotoras de la cultura de la RSE en el país, que contribuya a la generación de conocimiento y promoción de la responsabilidad social empresarial en México. Por lo tanto, su propósito es que las empresas y los empresarios sean reconocidos por sus prácticas socialmente responsables; por su confiabilidad, transparencia y compromiso social.

Como se puede observar, en México son varios los organismos interesados en la implementación de prácticas de RSE y también son diversas las empresas que se están sumando a este enfoque. Ejemplo de ello es que en 2017 existían 722 empresas con distintivo ESR otorgado por CEMEFI y en 2019, son 907. Para Morales, Medina & Olivas (2012), el Distintivo ESR “compromete a la empresa para el cumplimiento de los estándares propuestos en la obligación moral, la ética y la gobernabilidad empresarial; la sustentabilidad y el cuidado por el medio ambiente; licencia para operar y la calidad de vida de los grupos de interés para la empresa y, la reputación, vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo sustentable” (Morales, Medina & Olivas, 2012, p.6).

4.3 Regulación de la RSE en México

Cumplir con las obligaciones afines a la sostenibilidad no es sencillo, pues la regulación es diversa y se fundamenta en múltiples leyes y reglamentos (KPMG, 2018). En México, por citar algunas se encuentran las siguientes:

- a) Ley General de Cambio Climático (LGCC). Es reglamentaria de las disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en materia de protección

al ambiente, desarrollo sustentable, preservación y restauración del equilibrio ecológico.

De acuerdo con el Título Primero, Capítulo 5, artículo 2. Esta Ley tiene por objeto:

- I. Garantizar el derecho a un medio ambiente sano y establecer la concurrencia de facultades de la federación, las entidades federativas y los municipios en la elaboración y aplicación de políticas públicas para la adaptación al cambio climático y la mitigación de emisiones de gases y compuestos de efecto invernadero;
- II. Regular las emisiones de gases y compuestos de efecto invernadero para que México contribuya a lograr la estabilización de sus concentraciones en la atmósfera a un nivel que impida interferencias antropógenas peligrosas en el sistema climático considerando, en su caso, lo previsto por el artículo 2o. de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático y demás disposiciones derivadas de la misma;
- III. Regular las acciones para la mitigación y adaptación al cambio climático;
- IV. Reducir la vulnerabilidad de la población y los ecosistemas del país frente a los efectos adversos del cambio climático, así como crear y fortalecer las capacidades nacionales de respuesta al fenómeno;
- V. Fomentar la educación, investigación, desarrollo y transferencia de tecnología e innovación y difusión en materia de adaptación y mitigación al cambio climático;
- VI. Establecer las bases para la concertación con la sociedad;
- VII. Promover la transición hacia una economía competitiva, sustentable, de bajas emisiones de carbono y resiliente a los fenómenos hidrometeorológicos extremos asociados al cambio climático, y
- VIII. Establecer las bases para que México contribuya al cumplimiento del Acuerdo de París, que tiene entre sus objetivos mantener el aumento de la temperatura media mundial por debajo de 2 °C, con respecto a los niveles preindustriales, y proseguir con los esfuerzos para limitar ese aumento de la temperatura a 1.5 °C, con respecto a los

niveles preindustriales, reconociendo que ello reduciría considerablemente los riesgos y los efectos del cambio climático (Ley General de Cambio Climático, 2012).

b) Ley Federal del Trabajo. Es la máxima ley de derecho laboral en el país. Los dieciséis títulos presentes tratan sobre el derecho y la protección del trabajo. El título primero refiere a los principios generales. El título segundo refiere a las relaciones individuales de trabajo (duración, suspensión, terminación de relaciones). El título tercero se refiere a las condiciones de trabajo (jornadas, descansos, vacaciones, salarios, normas protectoras del salario). El título cuarto trata sobre derechos y obligaciones de los trabajadores y patrones. El título quinto refiere al trabajo de las mujeres. El título sexto trata sobre trabajadores especiales. El título séptimo refiere al trabajo de las tripulaciones aeronáuticas. El título octavo trata sobre las huelgas. El título noveno refiere a los riesgos del trabajo. El título décimo refiere a prescripciones. El título once trata sobre autoridades del trabajo y servicios sociales. El título doce refiere al personal jurídico de las juntas de conciliación y arbitraje. El título trece trata sobre los representantes de los trabajadores y de los patrones en las juntas federal y locales de conciliación y arbitraje. El título catorce refiere al derecho procesal del trabajo. El título quince refiere a procedimientos de ejecución. Y, por último, el título dieciséis refiere a responsabilidades y sanciones (Ley General del Trabajo, 1970).

c) Ley para Prevenir y Eliminar la Discriminación. El objeto de la misma es prevenir y eliminar todas las formas de discriminación que se ejerzan contra cualquier persona en los términos del Artículo 1 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como promover la igualdad de oportunidades y de trato. Cuenta con cinco capítulos. El capítulo uno refiere a disposiciones generales. El capítulo dos refiere a medidas para prevenir la discriminación. El capítulo tres refiere a medidas positivas y compensatorias a favor de la igualdad de oportunidades. El capítulo cuatro refiere a las medidas de nivelación, de inclusión y

acciones afirmativas. Y, por último, el capítulo cinco trata sobre el Consejo Nacional para prevenir la discriminación (Ley General para prevenir y eliminar la discriminación, 2003).

d) Ley de Planeación. Cuenta con siete capítulos. En su artículo 2º refiere que la planeación deberá llevarse a cabo como un medio para el eficaz desempeño de la responsabilidad del Estado sobre el desarrollo equitativo, incluyente, integral, sustentable y sostenible del país, con perspectiva de interculturalidad y de género, y deberá tender a la consecución de los fines y objetivos políticos, sociales, culturales, ambientales y económicos contenidos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Para ello, estará basada en los siguientes principios:

I. El fortalecimiento de la soberanía, la independencia y la autodeterminación nacionales, en lo político, lo económico y lo cultural;

II. La preservación y el perfeccionamiento del régimen representativo, democrático, laico y federal que la Constitución establece; y la consolidación de la democracia como sistema de vida, fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo en un medio ambiente sano;

III. La igualdad de derechos entre las personas, la no discriminación, la atención de las necesidades básicas de la población y la mejoría, en todos los aspectos de la calidad de la vida, para lograr una sociedad más igualitaria, garantizando un ambiente adecuado para el desarrollo de la población;

IV. Las obligaciones del Estado de promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los tratados internacionales de los que el Estado Mexicano sea parte;

V. El fortalecimiento del pacto federal y del municipio libre, para lograr un desarrollo equilibrado del país, promoviendo la descentralización de la vida nacional;

- VI. El equilibrio de los factores de la producción, que proteja y promueva el empleo, en un marco de estabilidad económica y social;
- VII. La perspectiva de género, para garantizar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, y promover el adelanto de las mujeres mediante el acceso equitativo a los bienes, recursos y beneficios del desarrollo, y
- VIII. La factibilidad cultural de las políticas públicas nacionales (Ley de Planeación, 1983).

4.4 IPC Sustentable

De acuerdo con Garcidueñas (2016), desde hace 5 años, debido a que las compañías se preocupan también por su impacto social y ambiental, se creó el IPC Sustentable. El Índice de Precios y Cotizaciones (IPC) es un promedio tomado de una muestra representativa de las acciones cotizadas en la Bolsa Mexicana de Valores.

El IPC sustentable busca hacer un análisis basado en información pública que determine las mejores prácticas de compañías en temas de sociedad, medio ambiente y gobierno corporativo. Se eligen a 30 empresas por medio de tres filtros:

- Primer filtro. La bolsa determina a las empresas con los siguientes criterios: 1) Al menos 3 meses de negociación continua; 2) Al menos 12% de acciones flotantes al cierre de marzo; 3) Ubicarse entre las que más roten (últimos 6 meses) y, 4) Valor de capitalización flotado igual o mayor al 0.01% del IPC CompMx.
- Segundo filtro. Se evalúan y se promedian resultados obtenidos en pilares de medio ambiente, responsabilidad social y gobierno corporativo.
- Tercer filtro: la Bolsa Mexicana de Valores valida la información emitida por la organización externa, verificando principalmente el porcentaje de acciones flotantes y los niveles de liquidez de las compañías (Garcidueñas, 2016).

Garcidueñas (2016) menciona que las empresas que quedan en el IPC sustentable se presentan como excelente opción para la inversión a futuro.

4.5 Norma ISO 26000 en México

En México, una norma muy importante es la ISO 26000. Aguilar (2013) menciona que la norma ISO 26000 proporciona orientación a todo tipo de organizaciones, independientemente de su tamaño o localización, sobre conceptos, términos y definiciones relacionados con la RSE; antecedentes, tendencias y características de ésta; así como pautas para la integración, implementación y promoción de un comportamiento socialmente responsable en toda la organización. Como se ha mencionado, ésta norma pretende ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible.

Esta norma contiene guías voluntarias y no es certificable, pero las empresas pueden retomar algunos aspectos de ella como, por ejemplo: la participación activa y desarrollo de la comunidad, medio ambiente, prácticas justas de operación y asuntos de consumidores.

En el estudio “Panorama sobre la RSE en México 2013”, los entrevistados hacen referencia a que “es necesaria una mayor difusión de la norma, tanto desde el gobierno como desde las organizaciones de la sociedad civil, marcadamente las organizaciones empresariales, para fomentar su adopción voluntaria” (Aguilar, 2013, p.14).

4.6 Problemas en la implementación de RSE en México

De acuerdo con el estudio “Panorama sobre la RSE en México 2013”, en el país aún existen vacíos respecto a la conceptualización de la RSE y también en torno a la veracidad de su aplicación. Ildefonso Guajardo, secretario de Economía 2012-2018, menciona que no existe avance en el tema de RSE, siendo el principal obstáculo la falta de información y

difusión de la relevancia que adquiere en el sector empresarial la ejecución de este tipo de prácticas (Aguilar, 2013). Pese a ello, son varias las empresas que interesadas en adoptar el enfoque de RSE en su toma de decisiones.

En el mismo estudio, los entrevistados: Ricardo Navarro, ex presidente de la Cámara Nacional de Comercio y Carlos Jesús Gómez ex VP de Ecología, Desarrollo Sustentable y RS en la Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA) convergen en que uno de los principales problemas en México es que se confunde a la responsabilidad social con filantropía, ya que muchas empresas creen que al hacer donativos, ya están implementando RS. Ése es un paradigma que se debe de cambiar (Aguilar, 2013).

Otro problema que sobresale en dicho estudio es el que menciona Rodolfo Sagahón de Pacto Mundial México. Él considera que los obstáculos que enfrenta México para el avance en cuestión de la responsabilidad social son desconocimiento general del tema y de sus ventajas, falta de voluntad empresarial e incentivos regulatorios escasos (Aguilar, 2013).

4.7 Estudios sobre responsabilidad social empresarial en México

Se ha hecho mención sobre la escasez de estudios respecto a la RSE en México (Alonso-Almeida et al., 2012; Muller & Kolk, 2009). Prueba de ello es que en las bases de datos *Springer*, *Science Direct*, *Scopus*, *EBSCO*, *Redalyc* y *Google Scholar*, al introducir las palabras “*Corporate Social Responsibility*” y “*Mexico*” o “Responsabilidad social empresarial” y “México” en el buscador, solo aparecen alrededor de 850 y 1,500 artículos relacionados. No obstante, con el paso de los años, se hace evidente el interés en el tema en el país. A continuación, en la tabla 4.1 se presentan algunos estudios respecto a la RSE que se han desarrollado en el contexto mexicano.

Tabla 4.1 Algunos estudios de RSE desarrollados en el contexto mexicano

Autor (es)	Año	Objetivo	Principales hallazgos
Díaz	2018	Demostrar si existe una relación entre el desempeño financiero y la responsabilidad social empresarial (RSE) en empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV).	Se encuentra una correlación positiva entre RSE y desempeño financiero para las empresas estudiadas que tienen plantas o sucursales en el extranjero.
Flores Villanueva & Gaytán Ramírez	2018	Determinar cuáles son los factores que influyen en el nivel de participación en RSE del sector de franquicias en México.	La edad de la franquicia y el porcentaje de unidades franquiciadas en la cadena influyen negativamente en el nivel de las actividades de RSE. El tamaño y la cuota de entrada influyen positivamente en dicho nivel.
Gaytán Ramírez & Flores Villanueva	2018	Determinar cuáles son los factores más eficientes para discriminar entre las franquicias que se involucran en prácticas de RSE y las que no lo hacen, en los sectores de alimentos, comercio y servicios especializados.	El poder discriminatorio de los factores organizacionales sobre la adopción de prácticas de RSE influye de manera diferente en cada sector. Las variables tamaño, edad franquicia y regalías mostraron mayor poder discriminante para la adopción de prácticas de RSE en el sector alimentos. La cuota de entrada, la edad franquicia y porcentaje, en el sector comercio. Solo la variable cuota de entrada mostró poder discriminante en el sector servicios especializados.
Meyskens & Paul	2010	Analiza la información social corporativa en México para ver su evolución en los últimos años.	Las empresas de “primera generación” se están acercando al cumplimiento de normas internacionales buscando cumplir objetivos sociales y ambientales. Las empresas de “segunda

			generación” están desarrollando sus normas haciendo hincapié en las normas locales, filantropía y valores mexicanos.
Muller & Kolk	2009	Identificar el tipo de actividades de RSE y el nivel de desempeño de la RSE en la industria automotriz mexicana.	Las empresas locales sí participan en actividades asociadas en RSE existentes en países desarrollados, al grado que podrían ser comparables.
Paul, Cobas, Ceron, Frithiof, Maass, Navarro, Palmer, Serrano & Zalka	2006	Analizar los reportes de responsabilidad social empresarial en México entre el 2000 y el 2003.	De 75 empresas, solo diez cumplieron con suficiente información social para demostrar una conciencia de RSE. La mayoría de las empresas utilizan el concepto de <i>stakeholders</i> , conceptualizan la RSE en términos de filantropía y publican su interés en RSE en español. Varios informes existen por ser industrias vulnerables a las críticas sociales como petróleo, cemento, tabaco y productos químicos.
Salgado & Hernández	2007	Describir la responsabilidad social en empresas del Valle de Toluca (México) mediante cuatro componentes: ética empresarial, preservación del medio ambiente, calidad de vida en el trabajo y vinculación empresa-sociedad.	Las empresas se encuentran en el nivel inicial de filantropía, detectándose la voluntad de la alta dirección y de los accionistas como factores que podrían favorecer la adopción de la responsabilidad social.

Fuente: elaboración propia con información de artículos referidos.

4.8 Conclusiones

México ha tenido avances importantes en lo que se refiere al involucramiento de prácticas socialmente responsables, reflejo de ello es el aumento de las empresas con distintivo ESR. Sin embargo, es importante señalar que el distintivo ESR no cuenta como una verificación, solo sirve para evidenciar aspectos relacionados a la RSE que está llevando la empresa en su gestión.

Además, como menciona Carlos Ludlow, presidente de AliaRSE, en el estudio “Panorama de la RSE en México 2013”, la alianza ha podido trabajar con casi 50,000 empresas y han logrado interactuar en temas de RSE, pero al tomar en cuenta los cinco millones de unidades productivas en México, aún falta mucho por hacer.

Se puede destacar que México ha creado leyes con base en normas internacionales, las cuales promueven un comportamiento responsable. Pese a ello, aún este país tiene que avanzar en la institucionalización del tema y en la concientización de más actores sociales para asegurar su concreción a nivel nacional.

En el aspecto académico, se puede observar que el interés en la RSE va incrementando en el país con el paso de los años. Aún en lapsos recientes, se siguen haciendo estudios relacionados con encontrar qué es lo que entienden las empresas por responsabilidad social empresarial, cuáles son los aspectos que hacen que las empresas se involucren en este tipo de prácticas, la indagación en la evolución de la información socialmente responsable, en otras palabras, estudios para conocer la percepción del fenómeno en el país. En general, se puede decir que el nivel de madurez respecto a la RSE en México es bajo.

CAPÍTULO V. DIMENSIONES AMBIENTAL Y SOCIAL DE RSE, FACTORES ORGANIZACIONALES Y DESEMPEÑO ECONÓMICO

5.1 Introducción

Este capítulo se encarga de la fundamentación teórica de las dimensiones ambiental y social de RSE utilizadas en el estudio como variables independientes para medir el grado de involucramiento en RSE y, de los factores organizacionales: tamaño y sector utilizados igualmente como variables independientes. Por otro lado, también se fundamenta teóricamente la variable dependiente: desempeño económico. También, es en este capítulo donde se desarrolla qué se ha encontrado en otros estudios, en cuestión de la relación entre las variables independientes y dependientes.

Uno de los principales problemas existentes cuando se revisa la literatura sobre RSE es su medición. Diversos estudios han utilizado los llamados índices éticos o socialmente responsables (Hull & Rothenberg, 2008; McWilliams & Siegel, 2000; Waddock & Graves, 1997). Otros investigadores prefieren realizar su propia escala bajo el enfoque de *stakeholders* (Flores Villanueva & Gaytán Ramírez, 2018; Larrán, Herrera & Martínez, 2013; Perrini, Russo, Tencati & Vurro, 2011; Surroca et al., 2010) o basándose en las tres dimensiones de la RSE (ambiental, económica y social) (Bansal, 2005; Chow & Chen, 2012; Gallardo-Vázquez, Sánchez-Hernández & Corchuelo-Martinez-Azua, 2013). En este estudio, se adoptaron las dimensiones social y ambiental de RSE para ver su efecto en el desempeño económico de las empresas.

5.2 Dimensión ambiental de RSE

La dimensión ambiental se refiere a los esfuerzos de una empresa para gestionar sus operaciones de manera que sus productos finales hagan poco daño al medio ambiente (Chow & Chen, 2012). Por su parte, Kim (2017) menciona que la dimensión

medioambiental se trata de los intentos de la compañía de minimizar el impacto ecológico de sus productos y operaciones comerciales. Lo principal dentro de la dimensión ambiental está en reducir la contaminación ambiental y minimizar el consumo de recursos y su huella ecológica (Lindgreen, Antioco, Harness & van der Sloot, 2009). Lo anterior, puede resolverse mediante una correcta gestión ambiental empresarial (Bansal, 2005; Linnenluecke, Russell & Griffiths, 2007).

En México, para CEMEFI, la dimensión ambiental o ecológica se divide en interna y externa. La dimensión ecológica interna se refiere a la responsabilidad que las empresas tengan sobre las repercusiones ambientales de sus procesos, productos y subproductos; y, por lo tanto, la prevención de los daños que causen o pudieran causar. Por otro lado, la dimensión ecológica externa, conlleva a la realización de acciones específicas para contribuir a la preservación y mejora de la herencia ecológica común para el bien de la humanidad actual y futura (Cajiga, 2011, p.6).

Para Ogliastri et al., (2007), las empresas que desarrollan prácticas en pro del ambiente son más competitivas, ya que en la medida en que respetan las normas, estimulan la innovación y modernización de los procesos y productos y fomentan el uso de tecnologías más limpias.

En la revisión de la literatura, la existencia de la dificultad para medir la dimensión ambiental se hace evidente. De acuerdo con Sharma, Aragón-Correa & Rueda-Manzanares (2007), diversas investigaciones se han centrado en medir esta dimensión a través de la encuesta. Otros han proporcionado algunos elementos para medir esta dimensión, por ejemplo, en la tabla 5.1 se señala qué indicadores utilizan algunos estándares o estudios para medir la dimensión ambiental de RSE.

Tabla 5.1 Indicadores utilizados para medir la dimensión medioambiental (orden cronológico).

Estándar o estudio	Indicadores medioambientales
Spiller (2000)	<ul style="list-style-type: none"> -Políticas medioambientales. -Reciclaje. -Administración de desperdicio. -Conservación de la energía. -Repuesta efectiva de emergencia. -Diálogo público. -Requerimientos medioambientales para proveedores.
Lara (2008)	<ul style="list-style-type: none"> -Auditorías ambientales. -Operaciones y políticas ambientales. -Inversión y capacitación. -Información y comunicación ambiental. -Relaciones externas. -Instalaciones, transporte y recursos. -Manejo del impacto ambiental.
Indicadores ETHOS (2011)	<ul style="list-style-type: none"> -Compromiso con la mejoría de la calidad ambiental. -Educación y concienciación ambiental. -Administración del impacto en el medio ambiental. -Sustentabilidad de la economía forestal. -Minimización de entradas y salidas de materiales.
Pérrigot, Oxibar & Déjean (2015)	<ul style="list-style-type: none"> -Contaminación. -Reciclaje. -Energía. -Estética del sitio. -Certificaciones. -Otros.
Global Reporting Initiative (2017)	<ul style="list-style-type: none"> -Utilización de materiales. -Energía. -Agua. -Biodiversidad. -Emisiones. -Efluentes y residuos. -Asesoramiento ambiental a proveedores.

Fuente: Elaboración propia con datos de los estudios referidos.

La dimensión medioambiental de la RSE proactiva se centra en la innovación, la ecoeficiencia, la prevención de la contaminación y el liderazgo medioambiental (Aragón-

Correa, 1998; Buysse & Verbeke, 2003). Esta dimensión existe con el fin de minimizar el impacto ecológico de una empresa a lo largo del ciclo de vida completo de la producción de su producto o la actividad que realiza (Torugsa, O'Donohue & Hecker, 2012). Normalmente, la RSE se caracteriza por la adopción a nivel internacional de sistemas de gestión medioambiental para garantizar la protección del medio ambiente. Bajo estos sistemas de gestión, los impactos de las actividades de una empresa son monitoreados y gestionados de forma sistemática, lo que contribuye a aumentar la credibilidad de la empresa con las partes interesadas externas y asegurar la adopción del principio de integridad y protección del medio ambiente entre las partes interesadas (Walley & Whitehead, 1994).

Tal y como menciona Kim (2017), cuando las empresas disponen de un servicio integral y respetuoso con el medio ambiente, más allá de la política medioambiental existente, los consumidores aprecian y reconocen los esfuerzos realizados. Esto afecta positivamente en la forma en que ellos evalúan a las empresas, en la manera en que hablan sobre ellas y en su disposición a comprar sus productos.

5.3 Dimensión social de RSE

Para Chow & Chen (2012), la dimensión social de responsabilidad refiere a la gestión de una empresa de manera que reduzca la desigualdad y las divisiones sociales, mejore la calidad de vida de las personas y fortalezca las relaciones con sus diferentes grupos de interés o *stakeholders*. Por su parte, Sharma & Ruud (2003) opinan que la dimensión social de RSE debe ser importante tanto en la investigación como en la práctica, pues su objetivo influye positivamente en las relaciones tanto presentes como futuras de las empresas con sus grupos de interés (Ebner, 2008).

La dimensión social de responsabilidad social para que sea proactiva reconoce activamente la salud, la seguridad y el bienestar general de los empleados, los motiva

ofreciendo capacitación y desarrollo; además, gracias a esta dimensión, las empresas actúan como buenos ciudadanos en una comunidad local (Comisión Europea, 2001, p. 5). A su vez, Salmones, Crespo & Bosque (2005) mencionan que una empresa debe comportarse más allá de los marcos legales en cuestiones sociales y debe ser siempre honesta en sus relaciones con sus clientes y empleados. Bansal (2005) apoya lo anterior, puesto que considera que la RSE proactiva en el ámbito social implica que la empresa mantenga un diálogo social formal en donde se reconozcan los intereses de los *stakeholders* y sean tomados en cuenta en sus decisiones.

En México, CEMEFI también reconoce esta dimensión de RSE e igualmente la divide en interna y externa. “La dimensión social interna implica la responsabilidad compartida y subsidiaria de inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores para el cuidado y fomento de la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo integral. La dimensión sociocultural externa, conlleva a la realización de acciones y aportaciones propias y gremiales seleccionadas para contribuir con tiempo y recursos a la generación de condiciones que permitan y favorezcan la expansión del espíritu empresarial y el pleno desarrollo de las comunidades y, por tanto, a un entorno favorable de su negocio” (Cajigas, 2011, pp. 5 y 6).

Son diversos los estudios que han medido la dimensión social de responsabilidad social. Sin embargo, para medirla utilizan distintos grupos sociales con los que la empresa tiene relación. La tabla 5.2 muestra cómo se ha medido y es medida esta dimensión por estándares y por algunos investigadores.

Tabla 5.2 Algunos indicadores utilizados para medir la dimensión social (orden cronológico).

Grupo e indicadores	Índices e investigadores			
	Spiller (2000)	ETHOS (2011)	Perrigot, Oxibar & Déjean (2015)	Global Reporting Initiative (2017)
Público Interno				
Clima organizacional	X			X
Remuneración justa	X	X		
Salud y seguridad	X	X	X	X
Entrenamiento	X	X	X	X
Diversidad e igualdad	X	X		X
Compensaciones			X	X
Relaciones y asociaciones	X	X	X	X
Evaluación de DD.HH.				X
Erradicación trabajo infantil		X		X
Preparación para jubilación		X		
Conducta frente a despidos		X		
Consumidores				
Investigación y desarrollo	X		X	X
Calidad	X		X	X
Seguridad de consumidores	X	X	X	X
Publicidad honesta	X	X		X
Privacidad				X
Proveedores				
Evaluación de gestión		X		X
Prácticas de negocios justos	X		X	X
Impactos negativos en la cadena de valor		X		X
Asistencia a proveedores en RSE	X	X		
Utilización de proveedores locales	X			
Sociedad				
Soporte arte y cultura	X		X	X
Soporte educación	X	X	X	X
Soporte salud			X	X
Financiamiento acción soc.		X		
Voluntariado	X			
Comunicación activa	X	X		
Divulgación de información	X			

Fuente: Elaboración propia con datos de estudios referidos.

Algunos autores consideran que la dimensión ambiental y la social de RSE son complementarias, puesto que para minimizar con éxito la huella ecológica de una empresa se necesita la participación e implicación de empleados en todas las actividades de la cadena de valor que tenga el fin proactivo ambiental (Hart, 1995; Ramus & Steger, 2000).

5.4 Factores organizacionales

Algunos estudios sobre el desempeño económico se han dedicado a medir el efecto de los factores organizacionales sobre éste. En algunos casos, el tamaño y el sector son mencionados como factores determinantes en el desempeño económico (Capon, Farley & Hoenig, 1990; Gooding & Wagner, 1985; Orlitzky, 2001; Porter, 1980).

Orlitzky (2001) considera que el tamaño de la empresa podría influir en el desempeño económico empresarial porque éste conduce a un mejor y mayor control sobre los grupos de interés y los recursos externos, así como también que permite llevar a cabo mejores estrategias (Aldrich & Pfeffer, 1976). Otros investigadores señalan que el tamaño también contribuye al aumento de las oportunidades de promoción derivadas de la atracción y retención de mejores empleados (Stanford, 1980; Williamson, 1975).

A su vez, Watts & Zimmerman (1978) consideran que las empresas de mayor tamaño suelen seleccionar proyectos de inversión de menor riesgo y Stigler (1963) menciona que en las empresas grandes persisten sus tasas de rentabilidad, cuando llega el punto en el que dominan su sector.

Por su parte, Panwar, Nybakk, Hansen & Pinkse (2017) señalan que la presión sobre un rendimiento financiero es mayor para las empresas grandes y medianas que para las pequeñas, y que, por ello, las motivaciones de involucrarse en RSE también aumentan. En este sentido, a diferencia de las pequeñas empresas, las grandes y medianas empresas

implementan acciones de RSE de manera racional motivadas al mejoramiento de su desempeño económico (Panwar et al., 2017). Por lo tanto, se espera que una empresa con mayor tamaño tenga condiciones superiores para optimizar su desempeño económico.

De acuerdo con Poddi & Vergalli (2009), el tamaño de una empresa se ha medido en distintos estudios con base en sus ventas anuales, el total de activos o utilizando el número de empleados. Debido a la dispersión de los valores, algunos autores utilizan el logaritmo natural del valor neto de las ventas (Belkaoui & Karpik, 1989; Cowen, Ferreri & Parker, 1987; Patten, 1991).

Por su parte, Waddock & Graves (1997) encuentran que el sector o tipo de industria es un factor que afecta al desempeño de las empresas. En diversos estudios de responsabilidad social empresarial, se ha utilizado el tipo de industria como variable de control (Carrasco & Blanco, 2010; Elsayed & Paton, 2005; Moneva Abadía & Llena Macarulla, 1996). En esta investigación será tomado como variable independiente, dado que Poddi & Vergalli (2009) mencionan que el ROA (indicador de desempeño económico) varía ampliamente dependiendo el sector industrial. En algunos estudios, el tipo de industria o sector ha sido medido mediante una variable *dummy* en donde la variable que se quiere medir se codifica con “uno” y toma en cuenta aquellas empresas de giro ventas al por menor y la variable de comparación, codificada con “cero”, incluye empresas dedicadas al servicio (Dant, Perrigot & Cliquet, 2008).

Para Wong (1995), entre 1986 y 1991, las empresas incursionaban en tres sectores básicos: comercio, industria y servicios. El sector comercio presenta giros como venta de alimentos, textiles, papelería y equipo. El sector servicio constituye a aquellas empresas que se dedican a turismo, consultoría, publicidad o servicios convencionales como educación, mensajería y seguros, entre otros. El giro industrial, se refiere a la confección o manufactura de textiles, muebles, metales, mecánica, etc. (Wong, 1995, p. 148).

Respecto al giro o sector empresarial, Wong (1995) considera que el sector industrial es el que mayor rendimiento sobre ventas tiene, seguido del sector servicios y finalmente, el de comercio. A su vez, menciona que el sector servicios tiene mejor rotación de activos, dado que cuenta con activos escasos (casi un nulo inventario) frente a sectores como industria y comercio.

Loos (2006) concuerda en que el giro empresarial tiene un efecto en el desempeño económico. Por ejemplo, menciona que, en Estados Unidos, el sector de servicios computacionales y software así como el de la industria en tecnología de la información son los que dominan en recepción de inversiones, mientras que los que menos reciben inversión son aquellas empresas relacionadas al giro de *retail* de alimentos, *retail* de medicamentos y minería.

A su vez, de acuerdo con la revista Expansión (2018), al año 2017 en México, las empresas pertenecientes al sector financiero fueron las que mejor desempeño económico tuvieron. No obstante, las que mostraron un mayor crecimiento, en ese mismo año, fueron las pertenecientes a los sectores de electricidad y petróleo y gas. En general, es el sector servicios el que mayor desempeño demuestra. Cabe destacar que, en México, tal y como ha mencionado Stigler (1963), empresas en este sector dominan el mercado, es por ello que pudiera existir la persistencia en su rentabilidad.

5.5 Desempeño económico

El desempeño económico-financiero de las empresas no solo se explica por el aumento de la calidad y de la eficiencia de sus procesos productivos o por la diferenciación de sus productos y servicios. Para Waddock & Graves (1997), la empresa necesita posicionarse ante sus consumidores, proveedores e incluso gobierno, de manera que exista una relación que pueda maximizar beneficios a todos ellos simultáneamente.

Los indicadores de desempeño económico o financiero de una empresa tienen origen en la información contable (Bernstein, 1996); pero de acuerdo con Rivera Godoy & Ruiz Acero (2011), los más difundidos en el medio económico son los de crecimiento (ventas, activos y utilidad), los de eficiencia (rotación, cartera, rotación inventarios, rotación de activos operacionales y rotación de activos totales), los de eficacia (margen bruto, margen operacional, margen neto) y los de efectividad o productividad (rendimiento del activo y rendimiento del patrimonio).

Los indicadores de crecimiento muestran a través del tiempo la tendencia (creciente, decreciente o estable) de las ventas, los activos y las utilidades de la empresa, con los que se puede analizar el comportamiento del tamaño de la empresa. Los indicadores de eficiencia en la utilización de los activos miden la celeridad de producir más flujos de dinero con la menor inversión en activos. Los indicadores de eficacia miden la capacidad de la organización para producir utilidades mediante gestiones que aumenten las ventas en proporciones mayores a los costos y gastos. Los indicadores de efectividad miden el poder de la empresa para producir utilidades teniendo en cuenta el monto, naturaleza y los derechos de propiedad de los recursos utilizados (Rivera & Ruiz, 2011, p. 115).

Peters & Mullen (2009) y Waddock & Graves (1997) consideran que las variables más utilizadas en estudios de este tipo para medir el desempeño financiero de una empresa son el rendimiento sobre activos (ROA), el rendimiento sobre capital (ROE), las utilidades por acción (UPA) y el crecimiento de las utilidades. Alonso-Almeida et al., (2012) señalan también que existen métricas que se pueden calcular para medir esta variable, entre los que destacan el precio entre valor en libros (P/VL) (Lima, Vicente, de Souza & Vasconcellos, 2010) y el precio entre utilidades por acción (P/UPA).

De acuerdo con Daza (2015), existen distintos indicadores que miden el rendimiento económico o financiero de una empresa, entre los que se encuentran:

- a) Rentabilidad. Se miden con el retorno sobre activos (ROA), el retorno sobre capital contable (ROE) y el retorno sobre ventas (ROS) (Alonso-Almeida et al., 2012; Cowling, 2004; Lee, 2014; SooCheong & Kwangmin, 2011).
- b) Tamaño. Referente al tamaño empresarial (Wagner, 1992).
- c) Ventas. Medido a través de logaritmos de las ventas (usualmente expresado en millones de dólares) (SooCheong & Kwangmin, 2011).
- d) Variables de control. Usualmente endeudamiento (relación entre deudas a largo plazo y el total de activos) (SooCheong & Kwangmin, 2011; Oliveira & Fortunato, 2008); y, liquidez (relación entre el activo circulante y el pasivo) (Charlo, Moya & Muñoz, 2012; Gómez García, 2008).

A su vez, Poddi & Vergalli (2009) mencionan que el ROA es un indicador extensamente utilizado en la literatura (Luce, Barber & Hillman, 2001; McWilliams & Siegel, 2001; Waddock & Graves, 1997) y que muestra cuán rentables son los activos de una empresa en la generación de ingresos, es decir, qué puede hacer la compañía con lo que tiene. Dichos autores, también consideran que el ROE es muy utilizado como indicador de desempeño económico (Preston & O'Bannon, 1997; Waddock & Graves, 1997). El ROE “equivale a los ingresos netos de un año fiscal (después de los dividendos de acciones preferentes, pero antes de los dividendos de acciones ordinarias) divididos entre el patrimonio neto total” (Poddi & Vergalli, 2009, p.7). El ROE expresado en porcentaje mide el retorno para los accionistas de los recursos que éstos aportan (Mayoral & Segura, 2011).

5.6 Vinculación entre la dimensión ambiental y el desempeño económico

A continuación, se presentan algunas investigaciones que han estudiado la vinculación entre la dimensión ambiental de RSE y su desempeño económico o financiero, resaltando los resultados obtenidos.

Gozali, Janice & Verhoeven (2002) han examinado la importancia de la divulgación de información medioambiental para la creación de valor de la empresa en las 500 principales empresas cotizadas en la bolsa de valores de Australia. Estos autores han utilizado como variable independiente información positiva y negativa de la gestión medio ambiental. Como variables dependientes, han usado la expectativa de rentabilidad de cada empresa y el precio de las acciones. Los resultados obtenidos sostienen que las empresas que divulgan información medioambiental positiva tuvieron un desempeño significativamente superior en el mercado que las que divulgaban información medioambiental negativa.

Elsayed & Paton (2005) han analizado el impacto del desempeño ambiental sobre las variables de desempeño financiero en 227 empresas del Reino Unido. Dichos autores han utilizado como variable independiente puntuaciones entre cero y diez de acuerdo con el *Management Today* y la *Community and Environmental Responsibility*. Como variables dependientes, han utilizado la rentabilidad de los activos (ROA), el rendimiento de las ventas (ROS) y la Q de Tobin. Como variables de control han optado por el tamaño (logaritmo de activos), el nivel de apalancamiento (proporción deuda/activo), intensidad de I+D (I+D/ Activos), intensidad de capital (activos fijos netos/ activo total) y una clasificación sectorial. Los resultados de este estudio señalan que a pesar de que el desempeño ambiental parece tener un impacto positivo en el rendimiento de los activos de las empresas de tipo industria química y telecomunicaciones; tiene también un impacto negativo en las empresas textiles, de metales y automotriz. Elsayed & Paton (2005) concluyen en que el desempeño medioambiental tiene poco impacto en el desempeño financiero.

Por su parte, Guenster, Bauer & Derwall (2010) han analizado el desempeño medioambiental y financiero empresarial bajo el concepto de ecoeficiencia, en empresas que cotizan en el mercado bursátil de Estados Unidos. Como variables independientes: ecoeficiencia (primer modelo) y alto y bajo nivel de ecoeficiencia (segundo modelo). Como

variables dependientes: rentabilidad sobre activos (ROA) y Q de Tobin. Como variables de control: ventas, crecimiento de ventas, edad de la empresa, rentabilidad del activo, I+D y la variable Nasdaq (“uno” si la empresa cotiza en la bolsa y “cero” si no lo hace). Sus resultados muestran una relación positiva y relativamente asimétrica entre la ecoeficiencia y el rendimiento sobre los activos.

Lioui & Sharma (2012) han evaluado el impacto de las prácticas medioambientales de RSE sobre el desempeño financiero de 3100 empresas obtenidas de la base de datos KLD de Estados Unidos. Como variables independientes, han utilizado las fortalezas y las debilidades medioambientales. Dichos autores han empleado como variables dependientes la rentabilidad sobre activos (ROA) y la Q de Tobin. Como variables de control: relación I+D / ventas, logaritmo de activos y apalancamiento (deuda/activos). Sus resultados revelan que la relación entre ROA y las fortalezas y debilidades de las prácticas de RSE es negativamente significativa. También encuentran que la Q de Tobin de las empresas y las fortalezas y debilidades de las prácticas de RSE tienen una correlación significativamente negativa. Por otra parte, los autores detectan una interacción positivamente significativa entre las prácticas de RSE y el I+D.

En general, los investigadores utilizan como variable independiente indicadores proxy de medio ambiente, es decir, un valor aproximado para medir el grado en que una empresa realiza este tipo de prácticas. Como variables dependientes, usualmente ellos utilizan medidas como el ROA, el ROE y medidas como la Q de Tobin. Dichos académicos han utilizado variables de control como el endeudamiento, inversiones en I+D y también tamaño de la empresa.

5.7 Vinculación entre la dimensión social y desempeño económico

A continuación, se presentan algunas investigaciones que han estudiado la vinculación entre la dimensión social de RSE y su desempeño económico o financiero, resaltando los resultados obtenidos.

Moneva Abadía & Llena Macarulla (1996) han analizado información de base social en informes anuales de 47 empresas españolas que cotizaban en el mercado de la bolsa de Madrid y han buscado determinar si la existencia de argumentos económicos o sectoriales impulsa a las empresas a publicar información social. Las variables independientes utilizadas por los investigadores han sido rentabilidad de capital y flujo de caja por acción. La variable dependiente ha sido el indicador social, determinado por una variable *dummy* (cero, la empresa no comunica información social y uno, la empresa sí lo hace). Como variable de control, Moneva Abadía & Llena Macarulla (1996) han utilizado el sector de la empresa. Los resultados de este estudio sostienen que ni la rentabilidad del capital ni el flujo de caja por acción, ni la pertenencia a un determinado sector influían significativamente en la divulgación social de informes anuales.

Cabeza-García, Martínez-Campillo & Mabella-Sánchez (2010) han indagado en el efecto de la inversión en obras sociales sobre la rentabilidad de 46 cajas de ahorro españolas. Como variable independiente, han utilizado el gasto en obra social. Las variables independientes empleadas han sido la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera. A su vez, dichos autores han utilizado seis variables de control. Los resultados revelan que la inversión en actividades de tipo social ejerce un impacto negativo sobre la rentabilidad empresarial.

Se puede observar que, en los estudios referidos, la dimensión social se mide a través de gastos en obra social y en las actividades que reportan en informes anuales. Otro hallazgo es que no se encuentra una tendencia entre la vinculación de la dimensión social de RSE con el desempeño económico empresarial.

5.8 Vinculación entre la RSE totalizada y el desempeño económico

Enseguida, se muestran algunas investigaciones que han estudiado la vinculación entre la RSE totalizada y su desempeño económico o financiero, resaltando los resultados obtenidos.

Cochran & Wood (1984) han analizado la relación entre la RSE y el desempeño económico de una muestra de 39 empresas estadounidenses y en una muestra de 36 empresas estadounidenses. Estos autores han empleado, como variables independientes, índices de reputación y análisis de contenido en informes de las empresas. Como variables dependientes, han utilizado la razón de las ganancias operativas entre los activos, la razón de las ganancias operativas entre las ventas y el valor de mercado añadido. A su vez, como variables de control han empleado la rotación de activos y la edad de los activos. Su principal hallazgo es que la variable financiera fuertemente correlacionada con la RSE es la edad de los activos. Si se omitía esta variable, se evidenciaba una débil correlación positiva entre la responsabilidad social empresarial y el desempeño financiero.

Waddock & Graves (1997) han analizado si existe una relación positiva entre el desempeño social empresarial y el desempeño financiero de 469 empresas estadounidenses. Ellos han utilizado la rentabilidad sobre activos, la rentabilidad sobre patrimonio neto y la rentabilidad sobre ventas como variables independientes. Como variable dependiente, han empleado el índice de desempeño social empresarial con las medidas de la base de datos KLD. Como variables de control, fueron utilizados el total de ventas, el total de activos, el número de empleados, el sector, y la razón de pasivos sobre activos. Estos investigadores encuentran que el desempeño social depende del previo desempeño financiero; y, al contrario, el desempeño financiero depende positiva y significativamente del índice previo de desempeño social. Es decir, si la empresa tiene recursos los suele gastar en actividades sociales (lo cual explican con la teoría del

excedente de recursos); y al mejorar su desempeño social aumenta su desempeño financiero (lo cual explican con la teoría de la buena gestión).

Barnett & Salomon (2006) han buscado la existencia de la relación entre el desempeño financiero y el social dentro de 61 fondos de inversión socialmente responsables estadounidenses. Como variables independientes, los autores han utilizado el medio ambiente, las relaciones laborales, igualdad en el empleo, la inversión en la comunidad y las relaciones con la comunidad. Como variable dependiente, han empleado el rendimiento financiero ajustado al riesgo. También, han hecho uso de la participación global, la edad y los activos totales como variables de control. Su hallazgo consiste en que el desempeño financiero varía de acuerdo con los filtros sociales aplicados.

Saleh, Zulkiflib & Muhamad (2008) han analizado si existe una relación empresarial entre la responsabilidad social empresarial y el desempeño financiero y viceversa, con una muestra de 200 empresas que cotizan en la bolsa de Malasia. Como variables independientes han utilizado la calificación de KDL para la RSE total, la dimensión de relación con los empleados, la dimensión de compromiso con la comunidad, la dimensión de producto y la dimensión medio ambiente. Ellos han empleado como variables dependientes la rentabilidad sobre activos (ROA), el rendimiento de la empresa en el mercado de valores y la Q de Tobin. Como variables de control, se han utilizado el riesgo sistemático, el apalancamiento financiero, el tamaño de la empresa, las ventas, los activos totales, la rotación de los activos y la ganancia por acción. Sus resultados refieren que existe un impacto positivo entre la RSE y el desempeño financiero. Cuando utilizan el ROA y la Q de Tobin como variables dependientes, la dimensión de producto tiene una relación positiva con el desempeño financiero, pero existe una relación negativa con la dimensión medio ambiente. Cuando utilizan las dimensiones empleados y compromiso con la comunidad el ROA es positivo, pero la Q de Tobin es negativa.

Choi, Kwak & Choe (2010) han estudiado igualmente la relación entre la RSE y el desempeño financiero de 1,222 empresas que cotizan en la bolsa de valores de Corea. Los investigadores han empleado como variables independientes: el índice ponderado de RSE (mismo peso en las diferentes dimensiones) y el índice ponderado de los grupos de interés (distinto peso); como variables dependientes, han utilizado la rentabilidad sobre activos, la rentabilidad sobre patrimonio neto y la Q de Tobin. Como variables de control, el tamaño, el incremento en las ventas y el riesgo e inversión en I+D han sido utilizados. Sus resultados sugieren solamente una correlación positivamente significativa entre el desempeño financiero y el índice ponderado de los grupos de interés.

Cavaco & Crifo (2010) han indagado en el efecto de la RSE en el desempeño económico en empresas de 15 países europeos. Ellos han utilizado como variables independientes variables *dummies* en las dimensiones de relaciones laborales, medio ambiente, clientes y proveedores. Como variable dependiente, han utilizado la Q de Tobin y, como variables de control, han empleado el logaritmo natural de las ventas y los activos, la razón de endeudamiento y gastos en I+D. Sus resultados varían, dado que encuentran que el impacto de las calificaciones de RSE de cada empresa sobre el desempeño económico depende del grado de complementariedad entre las actividades de RSE.

Por su parte, Andersen & Dejoy (2011) han investigado el papel de las variables de control en la relación entre el desempeño social de las empresas y su rendimiento financiero. Este estudio ha tenido una muestra de 550 empresas estadounidenses. Como variable independiente, ellos han utilizado la medida de RSE de la base de datos KLD y como variable dependiente, la razón del mercado de la empresa sobre el total de activos. Las variables de control que han sido usadas: tamaño, sector, endeudamiento, gastos en publicidad y gastos en I+D. Su hallazgo refiere a la existencia de una relación positiva a largo plazo entre el desempeño social empresarial y el desempeño financiero. Los autores señalan también que las variables ventas y sector afectan de manera importante la relación entre el desempeño social empresarial y su desempeño financiero.

Martínez-Ferrero & Díaz-Aceituno (2013) han indagado en la relación entre el comportamiento sostenible de las empresas y su desempeño financiero. Su muestra: 1960 empresas multinacionales no financieras de 25 países cotizadas en bolsa. Ellos han medido la RSE mediante indicadores generales de asuntos medioambientales, derechos humanos, relaciones con *stakeholders* y gobierno corporativo. El desempeño financiero ha sido medido con el valor del mercado. Debido a las diferencias entre países, dichos autores han utilizado una variable para el sistema de gobierno corporativo de las empresas en las que destacan el sistema alemán, anglosajón, latino o asiático. Como variables de control, han empleado el tamaño de control medido por el logaritmo del total de activos, el nivel de endeudamiento, riesgo, liquidez, sector y gasto en I+D. Sus resultados sostienen que las empresas con mayor desempeño financiero asignan más recursos a las prácticas sostenibles. Esto a su vez, se traduce en mejor rendimiento general puesto que con las RSE se mejora la reputación de la empresa y se genera un mejor desempeño.

Lins, Servaes & Tamayo (2015) han analizado el efecto de las actividades de RSE en el desempeño de las empresas durante la crisis financiera de 2008-2009. Su variable independiente RSE ha sido medida con la combinación de cinco índices de la base MSCI ESG en las dimensiones de comunidad, diversidad, empleo, medio ambiente y derechos humanos. La variable dependiente desempeño empresarial ha sido medida con el rendimiento de las acciones de cada empresa, el rendimiento operativo, el margen bruto, el crecimiento de las ventas, las cuentas a cobrar sobre ventas y ventas por empleado. Las variables de control utilizadas han sido *proxies* de sector, tamaño, deuda a corto y largo plazo, flujo de caja y riesgo idiosincrático. Sus resultados señalan que, durante la crisis, las empresas con mayor calificación en RSE tenían una mayor rentabilidad, un crecimiento en las ventas, reducción de sus cuentas por cobrar sobre ventas y mayor productividad de los empleados.

Como se puede observar, la mayoría de los estudios analizados utilizan los indicadores de la base de datos KDL o índices basados en dimensiones (empleados, consumidores, medio

ambiente y comunidad local) para medir la variable de RSE. En algunos casos, se toma en cuenta el gobierno corporativo. La variable de desempeño económico o financiero es medida a través de distinta información contable como el ROA, el ROE, el rendimiento sobre las ventas, la Q de Tobin. A su vez, son diversas las variables de control utilizadas, siendo las más frecuentes sector y tamaño.

En cuanto a los resultados, la mayoría de los estudios predice una relación positiva entre la RSE y el desempeño económico, aunque también hay algunos que encuentran esa relación débil e incluso otros que encuentran esa relación en sentido negativo.

Las investigaciones que buscan la relación entre la RSE y el desempeño económico son diversas. No obstante, México se encuentra en la incursión de este gran tema. De acuerdo con Scholtens (2008), existen dos relaciones entre desempeño económico y RSC. Por un lado, un buen desempeño financiero está directamente relacionado con los fondos con los que realizan las inversiones que mejoran el funcionamiento ambiental y social de la empresa. Por otro lado, un buen funcionamiento ambiental y social dará lugar a un buen desempeño financiero debido al uso eficiente de los recursos naturales y a la correcta utilización de los medios sociales en la producción.

Respecto a lo anterior, Gómez García (2008) ha realizado un análisis sobre el signo en la relación entre la RSE y el desempeño financiero de 140 estudios entre 1972 y 2007. Estos resultados se observan en la tabla 5.3.

Tabla 5.3 Signo de la relación entre la RSE y el Desempeño Económico en estudios de 1972-2007

Signo de la relación entre las variables de estudio	Década			
	70	80	90	00
Positivo	13	9	26	13
Neutro	6	11	23	6
Negativo	1	0	6	0

Fuente: elaboración propia a partir de Gómez García (2008)

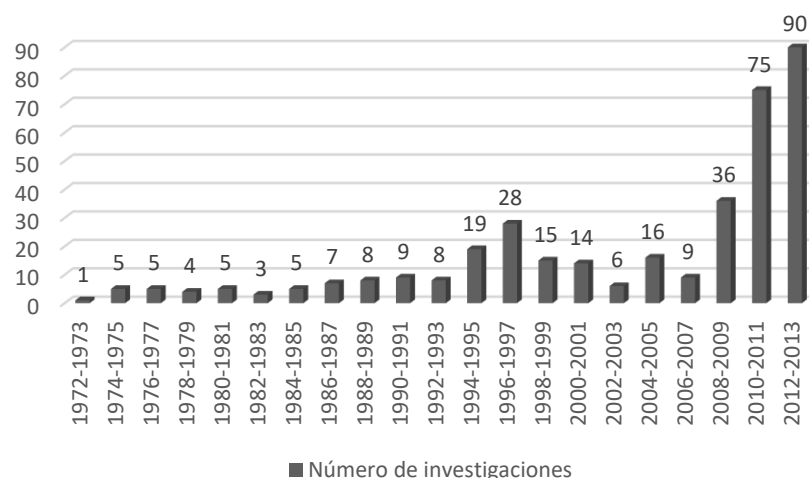
*Se eliminaron aquellos estudios en los que la variable dependiente fuera RSE.

Como se puede observar en la tabla 5.3, de un total de 114 estudios analizados, donde la variable independiente es RSE y la dependiente es desempeño financiero, se muestra que en general, 61 estudios encuentran el signo positivo en dicha relación, 46 estudios obtienen que el signo de la relación analizada es neutro y, 7 estudios presentan un signo negativo en la relación. La tabla 5.3 sirve de soporte para la hipótesis central de investigación.

A su vez, Miras Rodríguez, Carrasco Gallego & Escobar Pérez (2014) han hecho una comparativa entre tres metaanálisis: Orlitzky et al. (2003), Allouche y Laroche (2005) y Wu (2006). Estos autores encuentran que el ámbito espacial de los distintos estudios analizados en su mayoría es Estados Unidos y Reino Unido. Los investigadores señalan que la existencia de una relación entre RSE y desempeño económico es más fuerte en estudios cuyo contexto es en Reino Unido que aquéllos realizados en Estados Unidos. También destacan la relevancia del tema en la actualidad, puesto que otros investigadores están analizando dicha relación en países como Canadá (Makni, Francoeur & Bellavance, 2009), China (He, Tian & Chen, 2007), Corea (Choi y Jung, 2008), Emiratos Árabes Unidos (Rettab, Ben Brik & Mellahi, 2009) y Taiwan (Shen & Chang, 2009; Yang et al., 2010) (Miras Rodríguez, Carrasco Gallego & Escobar Pérez, 2014, p.128). México no es la excepción en empezar a estudiar esta relación (Alonso-Almeida et al., 2012).

Por su parte, Villabón, Pinzón & Fernández (2016) han realizado un metaanálisis con los estudios más reconocidos en función de dichas variables. El metaanálisis es una técnica estadística en la que los resultados de dos o más estudios son combinados matemáticamente con el fin de mejorar la confiabilidad de estos, o en su defecto, si existen variaciones, identificar el motivo de la variación (Ruza, 2002 citado en Villabón, Pinzón y Fernández, 2016). En la figura 5.1 se puede apreciar cómo ha avanzado el estudio de la relación entre el desempeño social y el desempeño económico de las empresas de 1972 a 2013 según Villabón, Pinzón & Fernández (2016).

Figura 5.1 Investigaciones que relacionan el desempeño social y el desempeño económico de las empresas durante el periodo 1972-2013.



Fuente: elaboración propia basada en Villabón, Pinzón y Fernández (2016).

Como se puede observar en la figura 5.1, las investigaciones que relacionan las variables de estudio desde 1972 hasta 2013 han ido en aumento. A partir de 1994, existe un ligero incremento de estudios en materia de RSE y DE, pero es a partir del 2008 cuando se distingue el notable acrecentamiento de éstos.

También Wang, Dou & Jia (2016) han revisado sistemáticamente y cuantificado la relación entre RSE y desempeño económico con un metaanálisis. En una muestra de 119 efectos

de 42 estudios, estiman que, en general, el efecto de la RSE en el desempeño económico empresarial es positivo y significativo, de manera que, con su investigación se respalda el argumento de que la RSE intensifica el desempeño económico o financiero de las empresas. Además, los autores también encuentran que la relación RSE-DE es más fuerte en economías avanzadas que en economías en desarrollo.

5.9 Conclusiones

En este capítulo se desarrollaron teóricamente las dimensiones ambiental y social de RSE, los factores organizacionales, así como también, el desempeño económico. A su vez, se fundamenta la relación de cada dimensión de RSE en lo individual como en conjunto con el desempeño económico.

Se encuentra que la dimensión ambiental de RSE es entendida como aquellas actividades en las que las empresas se involucran para minimizar el daño que pudiera causar su actividad en el ambiente. Usualmente, esta dimensión es medida a través de indicadores como cuidado del agua, eficiencia de energía, eficiencia de emisiones, reciclaje y manejo de residuos.

Por su parte, la dimensión social de RSE es concebida como aquellas actividades en las que las empresas se involucran para fortalecer sus relaciones con sus grupos de interés y mejorar las condiciones de vida de éstos. Para medir esta dimensión, normalmente los investigadores toman en cuenta a los diversos grupos de interés: empleados, accionistas, proveedores, clientes o consumidores y comunidad local en donde las empresas operan.

En los estudios existentes dónde se mide la relación de la dimensión ambiental con el desempeño económico, generalmente, se encuentra una relación negativa. Al contrario, en estudios dónde se mide la relación de la dimensión social con el desempeño económico, se encuentra una relación positiva. Cuando se totaliza la RSE, es decir, se

toman en cuenta ambas dimensiones (social y ambiental) y se trata de encontrar su relación con el desempeño económico, se obtiene que dicha relación (frecuentemente) es positiva.

Pese a lo anterior, se encuentra un gran debate en la literatura y se destaca el vacío en el consenso de la relación entre RSE y DE. Faltan estudios al respecto en países en desarrollo, puesto que la mayoría de las investigaciones han sido realizadas en Estados Unidos y Reino Unido. Por otra parte, se detecta una ausencia de una única metodología en la medición de las variables utilizadas, lo cual puede ser un factor en la gran variabilidad de resultados encontrados en este tipo de estudios.

CAPÍTULO VI. METODOLOGÍA Y COMPROBACIÓN CUALITATIVA

6.1 Introducción

Este capítulo describe la metodología cualitativa utilizada en esta investigación. Comienza con un marco teórico sobre la investigación cualitativa. Después, se describe la metodología cualitativa a utilizar, la pertinencia del método y la técnica utilizada para este estudio. Así mismo, se incluye una descripción de los participantes de estudio y el rol que se asume como investigador. Se ejemplifica el instrumento propuesto y la validez de los hallazgos, seguido por la planeación de la entrevista, la categorización y finalmente, las conclusiones.

6.2 Enfoque cualitativo

Con base en el diseño de esta investigación, el aspecto cualitativo tiene como propósito principal describir la percepción de los entrevistados, sobre la influencia de la responsabilidad social empresarial en el desempeño económico de las empresas; además, mediante este enfoque se pretende encontrar aspectos que pudieran no haber sido considerados hasta el momento y que pudieran ser de ayuda para afinar el instrumento cuantitativo. De igual manera, al final se contrastan los datos obtenidos con esta metodología cualitativa y los datos numéricos y estadísticos obtenidos con la metodología cuantitativa, proporcionando así mayor profundidad a esta investigación.

Existen diversas bases epistemológicas para referirse al enfoque cualitativo. Sin embargo, se concuerda con Mertens (2005) en que es el constructivismo el paradigma que más influye en este enfoque. El constructivismo tiene sus cimientos con Immanuel Kant en el siglo XVIII, quién afirma que esencialmente el mundo que conocemos es construido por la mente humana. Otro autor que tiene relación con esta corriente paradigmática es Max Weber, quien introduce el término *verstehen* o “entender” y reconoce que además de la

descripción y medición de variables sociales, se deben considerar los significados subjetivos y la comprensión del contexto donde ocurre el fenómeno (Mertens, 2005).

De acuerdo con Martínez (2006), la metodología cualitativa trata de un estudio integrado que forma o constituye una unidad de análisis y que hace que algo sea lo que es: una persona, una entidad étnica, social, empresarial, un producto determinado, etc. Esto quiere decir, que la investigación cualitativa busca identificar la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, el porqué de su comportamiento y manifestaciones.

Así mismo, Rodríguez, Gil & García (1996) establecen que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido de o interpretando los fenómenos estudiados de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. En su búsqueda por encontrar e interpretar la realidad del fenómeno en estudio, los investigadores recurren a la selección de un diseño de investigación, y una vez elegido, aplican ciertas estrategias de indagación. En este sentido, dentro de la metodología cualitativa, se utilizará la técnica fenomenológica donde el investigador encuentra la “esencia” de las experiencias humanas en relación con el fenómeno en estudio, tal y como los participantes lo comprenden y viven (Creswell, 2009).

Una vez que se elige la estrategia de indagación, se seleccionan los instrumentos que nos van a permitir la recolección de los datos. Para efectuar esta metodología, se utilizó a la entrevista como instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial (Martínez, 2006).

Se ha seleccionado el enfoque fenomenológico, puesto que como se ha mencionado, lo que se pretende es describir, desde la percepción que tienen los entrevistados, expertos en el tema de RSE, cómo varía el desempeño económico de las empresas una vez que han tenido la experiencia de participación en actividades de RSE. Se aplicaron una serie de

entrevistas semiestructuradas en una muestra intencional dividida en las siguientes categorías: por un lado, directivos o encargados del área de responsabilidad social en empresas en México y, por otro lado, consultores e investigadores expertos en responsabilidad social. De esta manera, la información se puede contrastar puesto que los participantes han experimentado dicho fenómeno de distinta manera.

6.3 La investigación cualitativa en Responsabilidad Social

Dentro de la búsqueda sobre el fenómeno de responsabilidad social, se ha encontrado que la mayoría de los estudios son de tipo cuantitativo. Sin embargo, algunas investigaciones de tipo cualitativo encontradas sobre este tema son las siguientes:

Siltaoja (2006) ha indagado, desde un enfoque cualitativo, en la relación entre RSE y la reputación corporativa en Finlandia. Sus datos fueron recolectados mediante entrevistas a ocho empleados de una compañía de periódico.

Por su parte, Barroso Tanoira (2008) ha llevado a cabo entrevistas semiestructuradas a 40 empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán, México, sin importar giro, tamaño de la empresa, ni si son o no socialmente responsables, para poder verificar qué entienden sus directivos por Responsabilidad Social Empresarial, si creen que ésta es necesaria para el éxito de sus empresas y si éstas son socialmente responsables.

Brunk & Blümelhubel (2011) han encontrado en una base de veinte entrevistas a consumidores generales, el impacto que tienen las prácticas comerciales poco éticas de una empresa determinada en la ética percibida sobre ésta de los consumidores. También, Öberseder, Schlegelmilch & Gruber (2011) han indagado sobre el rol de la RSE en el comportamiento del consumidor. Para cumplir su objetivo, ellos han utilizado entrevistas a profundidad como instrumento en una muestra de veintidós personas con distinto perfil.

Así mismo, Polanco López de Mesa (2014), mediante entrevistas abiertas y grupos focales, ha investigado en el Grupo de Empresas Pequeñas y Medianas en Colombia, con el objetivo de analizar la evaluación de la estrategia de responsabilidad social y esbozar su relación de poder en el área de influencia de la hidroeléctrica Río Grande II.

Por su parte, Awan, Khattak & Kraslawski (2019) han estudiado las prioridades de RSE en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del sector industrial de *Sialkot* (productos deportivos, de cuero y quirúrgicos) en Pakistán. Para cumplir su objetivo, los investigadores han realizado entrevistas a profundidad a gerentes, propietarios y ejecutivos de PYMES en dicho sector.

Se puede apreciar que en los estudios cualitativos frecuentemente se utiliza como instrumento a la entrevista. También, es interesante que, en los países desarrollados, se busca comprender su relación con la reputación corporativa y cambios en la conducta de los consumidores. Mientras que, en estudios en países de economías en desarrollo, se está indagando apenas sobre aspectos que tienen que ver con la utilización de RSE como estrategia empresarial.

6.4 Instrumento de investigación: entrevista semiestructurada

Dentro de los estudios cualitativos existen diversas técnicas que ayudan a aproximarse a los fenómenos a estudiar, uno de ellos es la entrevista. En esta investigación, para la fase cualitativa se ha seleccionado este instrumento, ya que como señala Kvale (1996), el propósito de la entrevista de investigación cualitativa es obtener descripciones del mundo vivido por las personas entrevistadas, con el fin de lograr interpretaciones fidedignas del significado que tienen los fenómenos a estudiar, en este caso, de la responsabilidad social empresarial.

Tal y como menciona Robles (2011), la intencionalidad principal de esta técnica es adentrarse en la vida del otro, penetrar y detallar en lo trascendente, descifrar y comprender las vivencias buenas y malas, significativas y relevantes del entrevistado, en otras palabras, consiste en construir paso a paso y detalladamente la experiencia del otro.

A efecto de esta investigación, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas, las cuales parten de preguntas planeadas, que se pueden ajustar a los entrevistados, lo que da flexibilidad, pero mantiene a su vez, la suficiente uniformidad para alcanzar interpretaciones de acuerdo con los objetivos de estudio (Díaz-Bravo, Torruco-García, Martínez-Hernández & Varela-Ruiz, 2013).

El diseño de esta entrevista está elaborado para que las preguntas cumplan con el objetivo general y con los objetivos específicos de la investigación. A continuación, la tabla 6.1 presenta el instrumento utilizado en esta investigación.

Tabla 6.1 Guía de la entrevista

Variable	Pregunta	Indicador	Objetivo
Responsabilidad Social Empresarial	1. Según su opinión, ¿cuáles son las principales motivaciones que hacen que las empresas lleven a cabo prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?	Motivación	Específico 1
Desempeño Económico	2. ¿De qué manera considera usted que las prácticas de RSE se involucran en el desempeño económico de una empresa?	Involucramiento DE	General
	3. ¿Qué prácticas de RSE considera usted que influyen más en el desempeño económico de una empresa?	Prácticas influyentes en DE	General
	4. De acuerdo con su experiencia, ¿Cuál es la importancia de llevar a cabo prácticas de RSE en una empresa dirigidas a su público interno (empleados)?	Importancia de	Específico 1 y 3
	5. Dentro de la adopción de prácticas de RSE hacia el público interno, ¿qué prácticas de RSE considera usted que son más importantes?	Prácticas importantes	Específico 3
Dimensión social de RSE	6. De acuerdo con su experiencia, ¿Cuál es la importancia de adoptar prácticas de RSE dirigidas a los proveedores?	Importancia de	Específico 1 y 3
	7. Dentro de la adopción de prácticas de RSE hacia los proveedores, ¿qué prácticas de RSE considera usted que son más importantes?	Prácticas importantes	Específico 3
	8. De acuerdo con su experiencia, ¿Cuál es la importancia de llevar a cabo prácticas de RSE en una empresa dirigidas a los consumidores y/o clientes?	Importancia de	Específico 1 y 3
	9. Dentro de la adopción de prácticas de RSE hacia los consumidores/clientes, ¿qué prácticas de RSE considera usted que son más importantes?	Prácticas importantes	Específico 3
	10. De acuerdo con su experiencia, ¿Cuál es la importancia que tiene para la empresa adoptar prácticas de RSE dirigidas a la comunidad y/o sociedad?	Importancia de	Específico 1 y 3
	11. Dentro de la adopción de prácticas de RSE hacia la comunidad/sociedad, ¿qué prácticas de RSE considera usted que son más importantes?	Prácticas importantes	Específico 3
Dimensión ambiental de RSE	12. De acuerdo con su experiencia, ¿Cuál es la importancia de llevar a cabo prácticas de RSE relacionadas con el medio ambiente?	Importancia de	Específico 1
	13. Dentro de la adopción de prácticas de RSE por parte de una empresa hacia el medio ambiente, ¿qué prácticas de RSE considera usted que son más importantes?	Prácticas importantes	Específico 1 y 3

Fuente: Elaboración propia.

6.5 Participantes

Con la finalidad de explorar el fenómeno de RSE, se realizaron cinco entrevistas semiestructuradas. Las entrevistas se hicieron a tres tipos de actores que viven o experimentan el fenómeno de Responsabilidad Social Empresarial de manera distinta y se explican de la siguiente manera:

- a) Directivos de empresas con distintivo ESR otorgado por CEMEFI en México, los cuáles definen las prácticas y las estrategias de Responsabilidad Social que lleva su empresa, los que toman las decisiones y los que experimentan este fenómeno.
- b) Consultores, los cuales tienen una visión amplia de este fenómeno, puesto que instruyen, asesoran, fomentan y se involucran con empresas que ya llevan a cabo o quieren llevar a cabo prácticas de Responsabilidad Social.
- c) Académicos, los cuales estudian el fenómeno de Responsabilidad Social, lo interpretan y explican de manera holística sin sesgo alguno.

Los participantes se seleccionaron mediante un muestreo intencional. Al final, se concretaron en total cinco entrevistas, durante los meses de junio - agosto de 2018. En la tabla 6.2, se presenta el tipo de entrevistado y el medio de entrevista que se utilizó con cada participante. Cabe mencionar que la elección del medio fue elegida por ellos, basándose en su conveniencia.

Tabla 6.2 Tipo de entrevistado y medio de entrevista

Entrevistado	Vía telefónica	Vía correo electrónico	Personal	Total
Empresario		3		
Consultor	1			5
Investigador			1	

Fuente: Elaboración propia.

6.6 Proceso de planeación de la entrevista

El proceso de planeación se realizó de acuerdo con el siguiente plan de trabajo, el cual está basado en el utilizado por Flores Villanueva (2015):

- 1) Se identificó a los participantes, los cuales debían ser empresarios o directivos del área de RSE, consultores o académicos en tema de RSE. Los participantes fueron identificados mediante:
 - *Brochure online* de miembros CEMEFI 2017, en la página web de CEMEFI.
 - Participación a curso de nuevos estándares GRI en noviembre 2017.
 - Investigación en LinkedIn y Twitter para identificar a consultores de RSE.
 - Consulta con académicos que han escrito artículos de divulgación científica sobre RSE.
- 2) Se preparó el instrumento mediante el formato de cuestionario, de manera que las preguntas incluyeran los temas relevantes de investigación y que cumplieran con los objetivos de ésta.
- 3) Se enviaron correos electrónicos a los posibles entrevistados solicitando la entrevista. Un segundo correo electrónico o llamada telefónica se realizó a aquéllos que confirmaron su participación en el estudio. En caso de ser vía personal o telefónica, se confirmó la fecha, lugar y hora. Creswell (2009) menciona que es frecuente que el investigador cualitativo vaya a casa u oficina del entrevistado para conducir la entrevista. Por conveniencia de los participantes, algunos eligieron contestar vía correo electrónico el cuestionario.
- 4) Se preparó cada entrevista con los materiales de apoyo como, por ejemplo: guía de cuestionario y grabadora, dependiendo cada caso. Previamente, cada entrevistado tuvo acceso a una copia de la guía con las preguntas y temas de investigación. En caso de entrevista vía personal y telefónica, se le preguntó a cada entrevistado si autorizaban o no el uso de la grabadora durante la entrevista. Cada

entrevistado fue informado sobre la confidencialidad de la información y su uso estrictamente académico.

- 5) Para las entrevistas por teléfono y físicas se tuvo que transcribir la información. Cada audio de entrevista fue transcrito a un documento *Word* en un plazo de una semana posterior a su grabación; exceptuando a los casos en los que el cuestionario fue contestado vía correo electrónico.
- 6) Una vez con transcripción lista, se sintetizaron los textos, de manera que se eliminaron repeticiones e información no relevante para la investigación.
- 7) Las entrevistas se analizaron y contrastaron mediante las categorías creadas por el investigador, de acuerdo con lo descrito por los participantes para obtener mayor riqueza interpretativa.

6.7 Categorización

Para la categorización, se utilizó de guía el procedimiento utilizado por Flores Villanueva (2015) y se realizó lo siguiente:

- 1) Cada entrevista fue revisada y se eliminaron las narrativas que no aportaban valor a la investigación.
- 2) Se crearon subcategorías de cada estrato: a) empresarios y b) consultores y académicos, para facilitar la comparativa de las subcategorías entre los estratos.
- 3) Se crearon categorías de cada variable a partir de las subcategorías de cada estrato.

6.8 Resultados obtenidos

De acuerdo con Flores Villanueva (2015), el análisis realizado a las entrevistas por estrato permite destacar las respuestas más representativas por variable. En seguida, se muestran de manera ordenada lo declarado por los entrevistados.

1. Motivaciones para involucrarse en RSE

Estrato	Extractos de respuesta literal
Empresarios	<p>Lamentablemente no es tanto la Responsabilidad Social, sino la marca lo que les importa; y la repercusión de no tener el distintivo ESR.</p> <p>El convencimiento de los empresarios respecto a los compromisos con la sociedad, el medio ambiente, la ética empresarial y otros valores que son propios de una sociedad moderna. También mejora la gestión de negocios, la competitividad de la empresa, se atraen inversionistas, existe un involucramiento del personal y los clientes se sienten satisfechos.</p> <p>... se implementa por convicción y solidarización por las comunidades más vulnerables... Los inversionistas ya no preguntan, en tus páginas de internet revisan qué prácticas de Responsabilidad Social llevas a cabo. Ellos prefieren hacer negocio con empresas socialmente responsables. Además, para entrar a bolsas de valor importantes, necesitas contar con certificaciones para estar en los índices de sostenibilidad, que es ya un requisito. Otro motivador son los clientes, ya que les interesa que los productos que compran cumplan con las diferentes leyes Nacionales e Internacionales en referencia a los derechos humanos, cuidado del medio ambiente y el desarrollo económico para garantizar el abastecimiento de materias primas, así como la reputación de las marcas.</p>
Consultores y académicos	<p>...conduce a una mejor gestión de los recursos humanos, económicos y materiales que beneficia a sus grupos de interés.</p> <p>La RSE además está teniendo un fuerte impacto en la imagen y nivel de confianza de la empresa con sus públicos, resulta atractivo y más confiable hacer negocios, trabajar o ser cliente de una Empresa Socialmente Responsable.</p> <p>... la nueva gestión de hacer negocio, esto implica que las empresas se están dando cuenta que están siendo observadas por grupos de interés, los cuales son parte de permanencia en un mercado global y de un crecimiento.</p>

2. Influencia de prácticas RSE en Desempeño Económico

Estrato	Extractos de respuesta literal
Empresarios	<p>... por ello las empresas hacen mucha difusión de sus prácticas de RSE, porque ven en lo económico una gran gama de beneficios.</p> <p>... eventualmente dichas acciones dirigen a la organización a elevar la productividad y su eficiencia operacional, lo que se transforma en mejoras de desempeño económico.</p> <p>... se refleja en la productividad de la empresa y el bienestar del trabajador y la comunidad... se obtiene un posicionamiento entre clientes existentes y clientes nuevos.</p>

Consultores y académicos	<p>... redundan en ventajas competitivas al negocio. La RSE permite a la empresa innovar, ser más eficiente en el uso de recursos, en generar prácticas y productos o servicios amigables con el entorno (medioambiente) y conlleva la adopción de prácticas laborales que disminuyen la rotación del personal, le dan mayor sentido de pertenencia, mejora el clima laboral y permite a los colaboradores ser mucho más productivos.</p> <p>... la economía de las empresas depende de cómo éstas están siendo observadas y percibidas en cuanto a sus actuaciones para con todos los que la rodean.</p>
--------------------------------	---

3. Prácticas de RSE más influyentes en Desempeño Económico

Estrato	Extractos de respuesta literal
Empresarios	<p>... es el involucramiento de sus colaboradores con una causa social; y si están en contacto con los beneficiarios, mejor aún; esto desarrolla cohesión y colaboración entre los empleados y el ambiente laboral mejora y por lo mismo la empresa se beneficia.</p> <p>... el cuidado del medio ambiente, ya que si no trabaja uno en el cuidado del mismo se tendrían que pagar multas elevadas, por no dar cumplimiento a las normas que nos rigen.</p> <p>... Las prácticas orientadas al cumplimiento del medio ambiente porque cumplir con las disposiciones gubernamentales nos permiten operar de una manera eficiente.</p> <p>La calidad de vida, salud y seguridad de los trabajadores, porque si garantizan el bienestar del trabajador va a ver menor rotación de personal, menos accidentes y asegurar que el personal no va en un futuro ser una carga para su familia porque se enfermó por enfermedades de riesgo de trabajo o por accidentes en la empresa aunado a que en muchos casos el trabajador es el único que lleva un ingreso a la familia.</p>
Consultores y académicos	<p>Además de lo relacionado al uso eficiente y sustentable de los recursos, las relacionadas con calidad de vida en el trabajo, ya que ello, compromete más a sus empleados y proveedores, impacta en la calidad de servicio y de los productos, ahorra costos para la empresa y tiene impacto indirecto en la comunidad, a través de las familias y la labor que a través de voluntariado pueden aportar los empleados y directivos.</p> <p>... depende de la necesidad de cada empresa... pero de acuerdo a la teoría, uno de los más importantes pues es el cuidado de... principalmente de sus trabajadores.</p>

4. Importancia de prácticas RSE dirigidas a público interno (empleados)

Estrato	Extractos de respuesta literal
Empresarios	<p>... los empleados tendrán la sensación del deber cumplido, se sentirán satisfechos.</p> <p>... teniendo como resultado el fortalecimiento de los trabajadores. Se tiene motivación con nuestro grupo de colaboradores y existe un beneficio mutuo por llevar las prácticas de ESR... se eleva la moral de los trabajadores, lo cual va a generar una buena actitud y eso nos lleva a trabajadores comprometidos. Aseguras el sentido de pertenencia en el personal y esto hace más agradable la convivencia entre los trabajadores y las actividades que debe realizar para lograr los objetivos de la empresa... Nos permite tener un mayor acercamiento a los colaboradores y a sus familias.</p>
Consultores y académicos	<p>Se genera confianza en el liderazgo, que produce retención del talento y compromiso con la propia empresa. Se transmiten los valores de la empresa y se genera un compromiso compartido con los programas de la empresa.</p>

5. Prácticas de RSE más importantes dirigidas hacia el público interno

Estrato	Extractos de respuesta literal
Empresarios	<p>... las prácticas dirigidas a su público interno no son más que una sustitución de las obligaciones de la empresa. Lo mínimo que se puede esperar es el trabajo en equipo.</p> <p>Clima laboral, educación, trabajo en equipo y capacitación.</p> <p>Programas de integración familiar.</p>
Consultores y académicos	<p>Las de comportamiento ético y las relacionadas con la familia de los empleados. La igualdad de oportunidades, el balance trabajo familia; el desarrollo humano de los colaboradores, voluntariado corporativo.</p> <p>... las enfocadas en el sentido de darle la prioridad a los empleados para conservarlos: darles seguridad, prestaciones, garantías...</p>

6. Importancia de prácticas de RSE relacionadas con el medio ambiente

Estrato	Extractos de respuesta literal
Empresarios	<p>... Estas prácticas son las más cuantificables, las más visibles.</p> <p>Podemos ayudar a la reducción del uso de combustibles fósiles por combustible biomasa. El cuidado del consumo del agua y su tratamiento. El cuidado del suelo y subsuelo con la incorporación de abono orgánico.</p> <p>Toda empresa tiene una responsabilidad con el Medio Ambiente, porque por pequeña que sea existe un impacto. Con los programas las empresas tienen la posibilidad de educar y sensibilizar a su personal, a las familias de los colaboradores, cadena de valor y a la sociedad; en estos temas que cada día se habla más de ellos, ya no pueden pasar desapercibido los problemas ambientales por los que estamos pasando el cambio climático, la sequía, la deforestación, las especies amenazadas o en peligro de extinción, el consumismo y sus consecuencias...</p>
Consultores y académicos	<p>El medio ambiente es una preocupación de todas las personas, por lo que este tipo de prácticas muestra que la preocupación es compartida y asumida por la empresa.</p> <p>... el mantener un entorno ambiental es importante... nosotros vivimos rodeados de contaminación, nuestra salud humana no es la óptima, es importante en ese sentido de cuidar lo ambiental.</p>

7. Prácticas de RSE más importantes dirigidas al medio ambiente

Estrato	Extractos de respuesta literal
Empresarios	<p>Reforestación, conservación y limpieza de áreas determinadas.</p> <p>Consumo responsable del agua. Reforestación. Disminución de partículas y gases contaminantes. Cuidado del suelo y subsuelo.</p> <p>Cuidado y minimización del uso de los recursos naturales, educación ambiental, reforestación, cuidado de especies amenazadas o en peligro de extinción.</p>
Consultores y académicos	<p>... como reciclar y utilizar eficientemente las energías, posteriormente adoptar aquellas relacionadas con los productos y servicios del negocio.</p> <p>... pero considero más importante las relacionadas con el aire y el agua.</p>

8. Importancia de prácticas de RSE dirigidas a proveedores

Estrato	Extractos de respuesta literal
Empresarios	Se ayuda a que todos en la cadena de valor se vuelven “socialmente responsables”. ... fomentar en la cadena de valor, la adopción de prácticas de ESR. ... con el objetivo de sensibilizarlos de exhortarlos a implementar en sus empresas diferentes prácticas enfocadas a la Sostenibilidad y porque aseguras que los insumos y/o servicios que estás utilizando cumplen con las normas, reglamentos, convenios, políticas y garantizan un abastecimiento responsable a sus clientes.
Consultores y académicos	Generan fidelidad que puede materializarse en ciertos momentos en precio, entrega, almacenamiento, pagos, etc... se disminuyen los riesgos por comportamientos irregulares de proveedores que pongan en dificultades a la empresa. ... se invita también a los proveedores a que usen las mejores prácticas para el desarrollo benéfico de la misma empresa.

9. Prácticas de RSE más importantes dirigidas a proveedores

Estrato	Extractos de respuesta literal
Empresarios	Prácticas justas en salarios. Uso de materias primas amigables con el medio ambiente. Erradicación de Trabajo Infantil en sus diferentes procesos.
Consultores y académicos	Pagos justos en tiempo y precio. Conocer cuál sería y de dónde proviene su recurso.

10. Importancia de prácticas de RSE dirigidas a consumidores y clientes

Estrato	Extractos de respuesta literal
Empresarios	<p>Sólo la posición de la marca... ¡no hay de otra!</p> <p>Cultura de fomento de la cadena de valor con el cliente, buena relación con nuestros grupos de interés.</p> <p>... garantizas que el producto comprado ha sido elaborado siguiendo las mejores prácticas, libre de mano de obra infantil, trabajo forzoso, cumplimiento de normas, reglamentos, políticas, etc.</p> <p>Nos han permitido un acercamiento... en donde algunos clientes se han sumado a nuestros programas.</p>
Consultores y académicos	<p>Posicionamiento de la empresa en la mentalidad de los clientes y consumidores, como una empresa preocupada y ocupada en los impactos que origina y en temas que preocupan a la sociedad... además de generar lealtad a la empresa, ellos se convierten en voceros de los programas de la empresa.</p> <p>Es muy importante que la empresa considere a sus consumidores ya que somos inherentes a la empresa, la empresa no sobrevive sin los consumidores, entonces tiene que tener ahorita en la actualidad mucho cuidado en lo que produce, en lo que están demandando sus consumidores, tratarnos bien, informarnos bien, en darles de alguna manera lo que están demandando los consumidores porque tiene que estar consciente de que sin estos pues no sobreviven, la empresa muere.</p> <p>En la actualidad también hay un gran número de consumidores responsables los cuales se están encargando de señalar a las empresas que no están cumpliendo o que no se están integrando a los 4 pilares del pacto mundial.</p>

11. Prácticas de RSE hacia los consumidores/clientes más importantes

Estrato	Extractos de respuesta literal
Empresarios	<p>Asociar el consumo a una causa.</p> <p>Gestión de nuestros procesos inocuos.</p> <p>Pláticas de Consumo Responsable.</p>
Consultores y académicos	<p>Productos y servicios correctos, precios justos, prácticas laborales más allá de la legalidad, insumos calificados como ecológicos, beneficios a la comunidad, comportamiento ético.</p> <p>Yo creo que es muy importante la información, la legalidad de la información... dependiendo de una percepción económica también son los precios importantes y las garantías de los mismos productos o servicios.</p>

12. Importancia de prácticas de RSE dirigidas a la comunidad y/o sociedad

Estrato	Extractos de respuesta literal
Empresarios	<p>Creo que es lo mejor que pueden hacer. Si generan beneficios a la comunidad, la comunidad será defensora de la marca y de su gente; generalmente las plantas se ubican en zonas vulnerables y si la empresa contribuye a mejorar el entorno, la propia empresa estará más segura y tendrá empleados que provengan de la misma comunidad, con sentimiento de identidad y pertenencia...</p> <p>Trabajar con la sociedad nos ayuda en tener trabajadores con actitud responsable, ya que los beneficios que se realizan en la comunidad se reflejan en nuestros colaboradores, porque esta empresa es el principal sustento de la comunidad.</p> <p>Fortalecer el vínculo con los diferentes actores de la comunidad, de manera que ellos se sumen en pro de las mismas.</p>
Consultores y académicos	<p>Adicional al beneficio propio que otorga ayudar, es posicionarse en la mentalidad como benefactor y conseguir alianzas con ellos.</p> <p>Se permean los valores de la empresa en ellas, se amplía al brazo social de la empresa, se suman recursos al programa social de la empresa.</p> <p>... cómo la empresa está siendo observada por la misma sociedad entonces es importante que la empresa esté alerta.</p>

13. Prácticas de RSE más importantes dirigidas hacia la comunidad/sociedad

Estrato	Extractos de respuesta literal
Empresarios	<p>Las que conjuntamente adopten. Necesitan saber dónde les duele, qué necesitan y trabajar juntos por lograr el objetivo.</p> <p>Campañas de salud, eventos deportivos (maratón, fútbol y triatlón), campañas ecológicas en escuelas, vinculación con la comunidad estudiantil.</p> <p>Actividades de Fortalecimiento integral, de fomento a las tradiciones en la comunidad y escuelas, de fomento al Cuidado del Medio Ambiente (Programas de reforestación, Cuidado de la Biodiversidad (Liberación de Iguanas, limpieza de Playas y Humedales, capacitación en Escuelas sobre este tema), desarrollo de actividades en las escuelas.</p>
Consultores y académicos	<p>Aquellas relacionadas con el negocio y las expectativas de los beneficiarios.</p> <p>Las que sigan las necesidades de la sociedad en la que se encuentran.</p>

6.9 Construcción de categorías y subcategorías de las variables

1. Variable Responsabilidad Social Empresarial

Categoría	Subcategoría	Descripción
Motivaciones	Imagen	Positiva. Los consumidores que interactúan con una empresa socialmente responsable son más fácilmente atraídos puesto que se sienten satisfechos con su comportamiento.
	Ventaja competitiva	La empresa socialmente responsable tiene la capacidad de competir frente a otros, porque gracias a ella obtiene atributos fuertes en distintas áreas.
	Comportamiento ético	La empresa tiene compromisos éticos y morales que cumplir por convicción con la sociedad en general y el medio ambiente.
	Presión social	Las empresas están siendo observadas por sus grupos de interés.

Fuente: elaboración propia.

2. Variable Desempeño Económico (DE)

Categoría	Subcategoría	Descripción
Influencia de RSE en el DE	Beneficios	Internos. Si una empresa es socialmente responsable, se eleva la productividad, existe una eficiencia en el uso de recursos, disminuye la rotación de personal, mejora el clima laboral. Externos. Si una empresa es socialmente responsable se posiciona entre los clientes existentes y se atraen clientes nuevos.
	Condiciones laborales	Si se trabaja en aspectos de clima organizacional y en el cuidado de los empleados, se refleja en el desempeño económico.
Prácticas de RSE más influyentes en DE	Medio ambiente	Si se cumple las normas establecidas al respecto, se evita el pago de multas y se refleja en una eficiencia dentro de los gastos operativos.

Fuente: elaboración propia.

3. Variable Dimensión Social de RSE: subdimensión público interno

Subdimensión	Categoría	Subcategoría	Descripción
Público interno (empleados)	Importancia de dichas prácticas	Motivación de los empleados	Prácticas de RSE dirigidas a empleados provoca satisfacción en ellos, se genera buena actitud y trabajan mejor.
		Compromiso con la empresa	Se asegura el sentido de pertenencia en el personal y trabajan para lograr los objetivos.
	Prácticas más importantes	Clima laboral	Aspectos relacionados con el medio físico y humano en el que los empleados desarrollan su trabajo.
		Capacitación	Actividades orientadas a la ampliación de conocimientos, habilidades y aptitudes de los empleados para permitir un mejor desarrollo de sus actividades.
		Oportunidades iguales	Mismas posibilidades y derechos para todo el personal.
		Seguridad	Sensación de ausencia de peligro o riesgo para el personal al desarrollar sus actividades.
		Voluntariado	Hacer partícipes a los empleados en actividades con fines benéficas o altruistas acordes a los valores de la empresa.

Continuación, variable Dimensión Social de RSE: subdimensiones proveedores y consumidores y/o clientes

Subdimensión	Categoría	Subcategoría	Descripción
Proveedores	Importancia de dichas prácticas	Fomento de RSE	Fomentar en la cadena de valor, la adopción de las prácticas de RSE.
		Conveniencia	Si los proveedores están satisfechos, es más fácil asegurar los insumos, hacer acuerdos de precio, entrega y pagos, etc.
	Prácticas más importantes	Conocimiento de la materia prima	Se conoce de dónde proviene su recurso.
		Pagos justos	Tiempo. Se deben respetar los plazos de pago a proveedores. Precio. Se deben respetar el trabajo, por lo tanto, el precio acordado a proveedores.
Clientes/ Consumidores	Importancia de dichas prácticas	Erradicación de trabajo infantil	Disminuir y prevenir el trabajo infantil peligroso en la cadena de valor.
		Posicionamiento	Estrategia comercial con el fin de ocupar con la marca, un lugar distintivo, frente a la competencia, en la mente del consumidor.
		Fomento de RSE	Fomentar en los consumidores, la adopción de las prácticas de RSE.
	Prácticas más importantes	Lealtad	La marca se vuelva confiable, los consumidores reconocen y prefieren a la marca incluso si la competencia llegara a ser superior.
		Calidad	Que el producto o servicio cumpla con el valor de excelencia o superioridad que al cliente se le ofrece.
		Precios justos	El precio del producto o servicio debe poder cubrir costos fijos y variables más la utilidad, siempre y cuando no deje de estar al alcance del consumidor.
		Educación	Asociar al consumidor con el consumo responsable.
		Garantías	Dar al cliente o consumidor la seguridad de que el producto o servicio cumple con lo que se ofrece.

Continuación, variable Dimensión Social de RSE: subdimensión comunidad local

Subdimensión	Categoría	Subcategoría	Descripción
Comunidad local	Importancia de dichas prácticas	Relaciones fuertes	Si una empresa es socialmente responsable, la comunidad local se identifica con sus valores y la resguarda, puesto que pueden crear fácilmente alianzas con ella.
		Fomento RSE	Permear en la comunidad local, los valores de la empresa.
		Presión social	La empresa es observada por la comunidad local.
	Prácticas más importantes	Beneficio mutuo	Prácticas de RS en las que, tanto empresa como sociedad, puedan trabajen juntas en pro de mejoras sociales.
		Cultura y recreación	Actividades que incluyan el fortalecimiento integral y la vinculación con el medio ambiente, deporte, salud, educación.

Fuente: elaboración propia.

4. Variable Dimensión Ambiental de RSE

Categoría	Subcategoría	Descripción
Importancia de dichas prácticas	Imagen	Las prácticas hacia el medio ambiente son las más cuantificables. Al ser preocupación de todos, queda una percepción positiva de la empresa por cuidar del ambiente ante todos los públicos.
	Educación	La empresa permea valores de cuidado al medio ambiente hacia diferentes públicos.
	Cuidado del medio ambiente	La empresa realmente trata de minimizar el impacto de su actividad en el medio ambiente.
Prácticas más importantes	Reforestación	Actividades destinadas a repoblar zonas que antes eran bosques.
	Cuidado del agua	Actividades referentes a la disminución del desperdicio y contaminación del agua.
	Administración de recursos	Prácticas encaminadas a la organización de recursos, que repercutan en el desperdicio de éstos.
	Emisiones	Actividades en pro de la disminución de fluidos gaseosos que dañen el ambiente.
	Reciclaje	Acciones en pro de convertir desechos en materia prima para su utilización.

Fuente: elaboración propia.

6.10 Conclusiones

En este capítulo, se establece la metodología cualitativa realizada en esta investigación y se destaca la importancia que los entrevistados dan al concepto de RSE, a sus dimensiones social y ambiental y, a la existencia de una influencia de la RSE en el desempeño económico.

Los entrevistados refieren en sus resultados que, las prácticas de RSE influyen positivamente en el desempeño económico de las empresas. . Dicha relación positiva se refleja en beneficios tanto hacia el interior como al exterior de éstas. También, la práctica de RSE que más influye en el desempeño económico de las empresas, más mencionada por los entrevistados, tiene que ver con las buenas condiciones laborales, seguida del cuidado del medio ambiente. A su vez, ellos mencionan que la motivación principal para que una empresa lleve a cabo prácticas de RSE tiene que ver con la imagen positiva que éstas generan.

Respecto a la dimensión social, los participantes señalan que los beneficios de llevar a cabo prácticas de RSE dirigidas hacia los empleados se reflejan al interior de la empresa, ya que se genera un compromiso de los empleados hacia la empresa y también éstos se sienten satisfechos. Para ellos, la práctica de RSE más importante, dirigida hacia los empleados, es aquélla vinculada al buen clima laboral. También, ellos consideran importantes aquellas actividades vinculadas a la capacitación, educación, oportunidades iguales, voluntariado y seguridad.

En lo referente a la subdimensión “proveedores”, los participantes del estudio consideran que dos beneficios son obtenidos por las prácticas de RSE dirigidas a este grupo: el fomento de RSE y conveniencia empresarial. Para ellos, las prácticas más importantes dirigidas a los proveedores son los pagos justos, el conocimiento de materia prima y la erradicación de trabajo infantil.

A su vez, los entrevistados destacan que los beneficios de llevar a cabo prácticas de RSE dirigidas a los consumidores/clientes son: un mejor posicionamiento, el fomento de la RSE y la lealtad. Sugieren que las prácticas más importantes de RSE dirigidas a este grupo de interés son las que se vinculan con la calidad, los precios justos, la educación y las garantías.

También, los entrevistados concuerdan en que el llevar a cabo prácticas de RSE dirigidas a las comunidades crea relaciones fuertes, fomenta los valores socialmente responsables y consideran que es importante llevarlas a cabo, puesto que la comunidad observa y exige un comportamiento responsable en la gestión empresarial. Para los entrevistados, las prácticas más importantes dirigidas a este grupo son aquellas que dan origen a un beneficio empresa-sociedad y aquellas actividades en las que se culturiza a la sociedad con valores en pro de esta y del medio ambiente.

Por último, en lo que respecta a la dimensión ambiental de RSE, los participantes del estudio consideran que es importante que las empresas participen en actividades socialmente responsables hacia el medio ambiente porque así obtienen una mejor imagen, educan a la sociedad sobre el cuidado de éste y, participan proactivamente en su cuidado, puesto que es preocupación de todos. Como prácticas más importantes dirigidas a este grupo, ellos consideran: la reforestación, el cuidado del agua, la administración de recursos, la disminución de emisiones y el reciclaje.

CAPÍTULO VII. METODOLOGÍA Y COMPROBACIÓN CUANTITATIVA

7.1 Introducción

En este capítulo, se describe la metodología cuantitativa utilizada en esta investigación. Comienza con un marco teórico sobre la investigación cuantitativa. Después se describe la unidad de análisis, la población e igualmente se describe el perfil de la muestra. Se presenta el instrumento propuesto, se describen y justifican las herramientas estadísticas aplicadas para el análisis de los datos y se presentan los resultados descriptivos y estadísticos.

7.2 Enfoque cuantitativo

Se ha definido a la metodología cuantitativa como un modelo integral sobre cómo realizar investigación científica y cómo interpretar sus resultados. En este enfoque, la investigación cuantitativa no sólo contiene técnicas de análisis de datos o de producción de información, sino también una perspectiva epistemológica respecto de la forma de conocerlo y de los resultados que se puedan obtener de la investigación social (Canales, 2006).

Desde esta perspectiva, el enfoque cuantitativo tiene como base epistemológica el positivismo, como énfasis en la búsqueda de objetividad, de relaciones causales y de generalización (Cea, 1998). De acuerdo con Creswell (2009), el positivismo refleja una filosofía determinista en la cual las causas probables decretan los resultados o efectos. En este enfoque, el conocimiento se logra mediante observaciones minuciosas, mediciones de la realidad exterior de manera objetiva, las teorías se prueban y se verifican con el objetivo de entender al mundo.

De acuerdo con Canales (2006), el arte técnico en la investigación cuantitativa se resume a la construcción de un instrumento que haga observable de manera estable el objeto de la realidad. A su vez, se refieren dos cuestiones básicas en este aspecto: la confiabilidad, representa la eliminación de las distorsiones contingentes en la aplicación del instrumento; y la validez, alude a una relación de correspondencia entre la medición y lo medido.

El enfoque metodológico más empleado en la investigación de la relación entre la RSE y su desempeño económico ha sido mayoritariamente cuantitativo (Alonso-Almeida et al., 2012; Annandale & Taplin, 2003; Bull, 2003; Derwall et al., 2005; Friedman, 1970; Griffin & Mahon, 1997; Herrera et al., 2013; Lee & Faff, 2009; Orlitzky et al., 2003; Paul & Siegel, 2006; Porter & Kramer, 2002; Prakash, 2000; Tullberg, 2005). Bajo esta perspectiva metodológica, esta investigación emplea los datos obtenidos de diversas fuentes, revistas especializadas en la materia y de consultas directas a las empresas para mediante análisis estadísticos y así, probar las hipótesis.

7.3 Unidad de análisis

La unidad de análisis en esta investigación se conforma con las empresas en México de acuerdo con el siguiente criterio:

- a) Empresas mexicanas que se involucran en prácticas de RSE, con altas ventas (superiores a 250 millones de pesos) y que operan en el territorio nacional.
- b) Empresas extranjeras que se involucran en prácticas de RSE, con altas ventas (superiores a 250 millones de pesos) y que operan en el territorio nacional.

El universo, población o colectivo se compone de la totalidad de un conjunto de elementos, seres u objetos que se desean investigar y del cual se estudiará sólo una fracción o la muestra que se pretende que reúna las mismas características. La fracción de

muestreo es el porcentaje que representa la muestra referente al universo (Ander-Egg & Aguilar, 1995, p.178).

El procedimiento para ubicar a las empresas nacionales y extranjeras que se involucran en prácticas de RSE, con altas ventas y utilidades que operan en México, se realizó durante el periodo noviembre 2017-febrero 2018, mediante el siguiente procedimiento:

1. Se consultó la lista que publica la revista *Expansión* (2017), la cual entrega un listado de 500 empresas con los mejores resultados económicos al año 2016.
2. Una vez ubicadas las 500 empresas, se realizó un censo en los *websites* corporativos de cada una de ellas para conocer cuáles se involucraban en actividades de RSE, cuáles contaban con informes de RSE y cuántos reportes anuales tenían.

A efecto de lo anterior, la principal fuente de información fueron datos secundarios localizados en fuentes especializadas de negocios y en la información propia de cada empresa. Es importante destacar que la información de fuentes secundarias ha sido utilizada en diversos trabajos empíricos de RSE, por ejemplo: Flores Villanueva & Gaytán Ramírez (2018), Gozali, Janice & Verhoeven (2002), Lioui & Sharma (2012) y Moneva Abadía & Llena Maraculla (1996) han empleado fuentes especializadas nacionales como fuente de información para sus trabajos y son semejantes a las utilizadas en esta investigación.

De las 500 empresas en México presentadas por la revista *Expansión* (2017), se determinó que 274 (54.8%) son de origen nacional y 226 (45.2%) de origen extranjero. Al terminar el censo a las 500 empresas, se encontró que sólo 307 (61.4%) empresas referían estar involucradas en prácticas de RSE y 193 (38.6%) que no lo hacían. En la tabla 7.1 se presenta cuántas empresas se involucran en RSE y cuántas no, dependiendo su origen.

Tabla 7.1 Involucramiento en RSE por origen

Origen	Sin RSE	Porcentaje	Con RSE	Porcentaje	Total	Porcentaje
Nacional	128	66.32%	146	47.56%	274	54.8%
Internacional	65	33.68%	161	52.44%	226	45.2%
Total	193	100%	307	100%	500	100%

Fuente: elaboración propia.

Como se puede apreciar en la tabla 7.1, son más las empresas de origen nacional que no refieren estar involucradas en RSE (66.32%) hasta el año 2017, en comparación con las empresas de origen internacional (33.68%).

Mediante el censo, se encontró además que, de las 307 empresas que dicen tener RSE en sus *websites* corporativos, solamente 134 (43.65%) cuentan con informes de RSE o sostenibilidad frente a 173 (56.35%) que no los tienen. En este estudio, solamente se analizaron las empresas con informes de responsabilidad social empresarial (n=134). Algunas características de la muestra se presentan en las tablas 7.2 y 7.3.

Tabla 7.2 Origen de las empresas con informes de RSE

Origen de la empresa	Frecuencia	Porcentaje
Empresas internacionales	79	58.96
Empresas nacionales	55	41.04
Totales	134	100

Fuente: elaboración propia.

Tabla 7.3 Giro de las empresas con informes de RSE

Giro de la empresa	Frecuencia	Porcentaje
Industria	59	44.02
Otros giros	75	55.98
Total	134	100

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 7.2, se puede observar que la muestra se compone por más empresas de origen internacional (58.96%) que nacional (41.04%). La tabla 7.3 presenta que el 55.98% pertenece a “otros giros” donde se agruparon los sectores de comercio y servicio, mientras que el 44.02% pertenece al giro industrial.

7.4 Recolección de datos

7.4.1 Fuentes de información

La recopilación de datos necesarios para probar las hipótesis de investigación, de acuerdo con las variables de estudio e indicadores, se obtuvieron mediante las siguientes fuentes:

Tabla 7.4 Fuentes de información de las variables e indicadores de investigación

Tipo de variable	Variable	Indicador	Fuente
X1	Grado RSE	Total actividades RSE	Informe de RSE
X2	Total MA*	Actividades MA	Informe de RSE
X3	Total SOC*	Actividades SOC	Informe de RSE
X4	Experiencia	Años reportando informes de RSE	<i>Websites</i> corporativos
X5	Tamaño	Total de ventas anuales al 2016	Revista Expansión 2017
X6	Sector	“1” Industria “0” Otros	Revista Expansión 2017
Y1	ROA	Porcentaje de ROA	Revista Expansión 2017
Y2	ROE	Porcentaje de ROE	Revista Expansión 2017

Fuente: elaboración propia. MA= dimensión medio ambiente; SOC= dimensión social.

7.4.2 Variables

Las definiciones de las variables son las siguientes:

Variables independientes:

1. Grado de involucramiento en Responsabilidad Social Empresarial: Engloba a la totalidad de actividades referentes a la dimensión ambiental y la dimensión social de RSE encontradas en los informes de sostenibilidad o de responsabilidad social empresarial. Por cada actividad encontrada, de acuerdo con el instrumento de medición (presentado en el apartado 7.4.3, en la tabla 7.6), se contabilizó uno “1”. Los valores pueden ir de uno a veinticinco, que es el total de actividades de RSE (tanto de la dimensión ambiental como social) encontradas en el instrumento.
2. Dimensión ambiental: Se refiere a las acciones que la empresa realiza ante el impacto de su gestión en el ambiente. Destacan prácticas sobre gestión de residuos, nivel de emisiones, conservación de energía, entre otros (Capron & Gray, 2000; *Global Reporting Initiative*, 2017; Hackston & Milne, 1996; Indicadores ETHOS, 2011; Lara, 2008; Perrigot, Oxibar & Déjean, 2015; Spiller, 2000; Van der Laan Smith, Adhikari & Tondkar, 2005).
3. La dimensión social se refiere a aspectos de preocupación social por parte de la empresa. En esta investigación será medida por indicadores encontrados en las siguientes subdimensiones: público interno, consumidores/clientes, comunidad local y proveedores.
 - Público Interno: Consideración de la empresa y sus prácticas responsables hacia sus empleados, comprende actividades como derechos humanos, equidad laboral, medidas de seguridad laborales, capacitación, entre otros (Gamerschlag, Möller & Verbeeten, 2011; GRI, 2017; Hackston & Milne, 1996; Indicadores ETHOS, 2011; Perrigot, Oxibar & Déjean, 2015; Spiller, 2000; Van der Laan Smith et al., 2005).

- Proveedores: Consideración de la empresa y sus prácticas responsables hacia sus proveedores. Comprende actividades relativas a acciones justas y apoyo hacia proveedores. (GRI, 2017; Hackston & Milne, 1996; Indicadores ETHOS, 2011; Pérrigot, Oxibar & Déjean, 2015).
 - Consumidores/clientes: Consideración de la empresa y sus prácticas responsables hacia sus consumidores/clientes. Incluye actividades relativas a información de seguridad sobre el producto o servicio ofrecido hacia el consumidor, prácticas leales, políticas de protección al consumidor, etc. (Gamerschlag, Möller & Verbeeten, 2011; GRI, 2017; Hackston & Milne, 1996; Indicadores ETHOS, 2011; Perrigot, Oxibar & Déjean, 2015; Spiller, 2000; Van der Laan Smith et al., 2005).
 - Comunidad local: Consideración de la empresa y sus prácticas responsables hacia la comunidad en la que operan, incluye actividades como soporte local en actividades escolares, educativas, culturales, voluntariado, entre otros. (Gamerschlag, Möller & Verbeeten, 2011; GRI, 2017; Hackston & Milne, 1996; Indicadores ETHOS, 2011; Perrigot, Oxibar & Déjean, 2015; Spiller, 2000; Van der Laan Smith et al., 2005).
4. Experiencia en RSE. De acuerdo con Meiseberg & Ehrmann (2012), la experiencia en RSE proporciona orientación en el diseño de estrategias en este tema. Una empresa obtiene experiencia a través de la repetición y experimentación de sus operaciones en el tiempo y puede medirse mediante el número de años en que una empresa se ha comprometido con las actividades de RSE (Meiseberg & Ehrmann, 2012; Nehrt, 1996). Usualmente, los estudios utilizan los años como un *proxy* para medir la experiencia (Baena, 2018; Elango, 2007; Meiseberg & Ehrmann, 2012). En este caso, para medir la experiencia en RSE, lo primero que se hizo fue buscar en los *websites* corporativos de las 500 empresas, la cantidad de informes anuales de RSE que presentaban. Consecuentemente, para el análisis

estadístico se utilizó el logaritmo natural del número de años que las empresas llevan reportando su RSE mediante informes.

5. Tamaño. Tomando en cuenta estudios previos (Cowen, Ferreri & Parker, 1987; Fombrun & Shanley, 1990), el tamaño se midió mediante el logaritmo natural del total de las ventas al año 2016 de las empresas de la muestra. Dicho dato se obtuvo de la revista *Expansión* (2017).
6. Sector. Con base en estudios previos (Dant, Perrigot & Cliquet, 2008), se utilizó una variable *dummy*, dónde la variable que se quiere medir se codificó con uno “1” y comprende empresas de giro industrial. La variable de comparación se codificó con dos “0” y engloba a “otros sectores” incluyendo empresas de los giros comercio y servicio.

Variable dependiente:

1. Desempeño económico: Aspectos relativos al rendimiento financiero y competitivo, a la rentabilidad y al crecimiento de las ventas de la empresa (Bernstein, 1996; de Oliveira Filho & Moneva Abadía, 2013; Makni, Francoeur & Bellavance, 2009; Ochovo, Peña & Ponce, 2000; Rivera & Ruiz, 2011). Se medirá a través de 2 indicadores:
 - ROA 2016. Correspondiente al retorno sobre activos del año 2016 de cada empresa (medido en porcentaje). En concreto, refiere a la relación entre el beneficio otorgado y los activos totales de la empresa (Alonso-Almeida et al., 2012; Cowling, 2004; Lee, 2014; SooCheong & Kwangmin, 2011). Dada la dispersión en los valores, se ha agrupado ascendentemente en 5 grupos de acuerdo con la siguiente clasificación: 1) el grupo denominado “empresas con muy bajo desempeño”. Este grupo congrega valores desde cero hasta el percentil veinte,

incluyendo valores de ROA negativos desde -11% a 1%. 2) En el grupo “empresas con bajo desempeño”, los valores oscilan entre el percentil veinte y cuarenta, incluyendo aquellos valores de ROA desde 1% a 2%. 3) En este grupo “empresas con desempeño regular” se encuentran los valores entre el percentil cuarenta y sesenta, representados en % de ROA se encuentran valores desde 2% a 4%. 4) En el grupo “empresas con buen desempeño” se encuentran los valores ubicados entre el percentil sesenta y ochenta, es decir, entre el 4% y 8% de ROA. 5) Por último, el grupo “empresas con muy buen desempeño” se compone de valores mayores al percentil ochenta, es decir, entre 8% y 32% de ROA.

- ROE 2016. Correspondiente a la rentabilidad financiera del año 2016 para cada empresa (medido en porcentaje). En concreto, mide la rentabilidad obtenida sobre sus propios fondos (Alonso-Almeida et al., 2012; Cowling, 2004; Lee, 2014; SooCheong & Kwangmin, 2011). Dada la dispersión en los valores, se ha agrupado esta variable, igualmente que en el ROA, de manera ascendente en 5 grupos de acuerdo a los percentiles. Los grupos se identifican de la siguiente manera: 1) el grupo denominado “empresas con muy bajo desempeño”. Este grupo congrega valores desde cero hasta el percentil veinte, incluyendo valores de ROE negativos desde -150% a 5%. 2) En el grupo “empresas con bajo desempeño”, los valores oscilan entre el percentil veinte y cuarenta, incluyendo aquellos valores de ROE desde 5% a 9%. 3) En este grupo “empresas con desempeño regular” se encuentran los valores entre el percentil cuarenta y sesenta, representados en % de ROE se encuentran valores desde 9% a 14%. 4) En el grupo “empresas con buen desempeño” se encuentran los valores ubicados entre el percentil sesenta y ochenta, es decir, entre el 14% y 20% de ROE. 5) Por último, el grupo “empresas con muy buen desempeño” se compone de valores mayores al percentil ochenta, es decir, entre 20.20% y 68% de ROE.

7.4.3 Análisis de contenido como técnica para medir el grado de involucramiento en RSE

Como técnica para medir la variable grado de involucramiento en RSE, se utilizó el análisis de contenido cuantitativo de Informes de Responsabilidad Social Empresarial o Sostenibilidad. Abbott & Monsen (1979) definen el método de análisis de contenido como una técnica de recolección de información que consiste en codificar literalmente la información en categorías e identificar escalas cuantitativas. A su vez, Neuendorf (2016) menciona que el análisis de contenido “equivale a un resumen numérico de un conjunto de mensajes seleccionados” p.14. Esta alternativa es consistente en estudios como (Chakroun, Matoussi & Mbirki, 2017; Khan, 2010; Perrigot, Oxibar & Déjean, 2015).

Para Abela (2002), el análisis de contenido se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que, a diferencia de la lectura común, debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser sistemática, objetiva, replicable y válida. A su vez, Berelson (1952:18) menciona que el análisis de contenido es “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto en la comunicación”.

De acuerdo con lo anterior, Neuendorf (2016) y López Noguero (2002) mencionan como características más importantes del análisis de contenido: la objetividad, la sistematicidad, la capacidad de generalización. La objetividad se refiere a la posibilidad de que dos o más personas que lleven a cabo el mismo análisis de contenido, alcancen idénticos resultados. La sistematicidad es la cualidad que incluye la inclusión o exclusión del contenido en determinadas categorías, basados en reglas y criterios establecidos con antelación. La capacidad de generalización refiere al hecho de que el análisis de contenido puede servir como técnica de investigación, no solo como recogida de información y, que puede probar hipótesis con las cuáles se pueden extraer conclusiones.

Abela (2002) determina los siguientes pasos para la técnica de análisis de contenido cuantitativo: 1) elegir el objeto o tema de análisis, 2) determinar las reglas de la codificación, 3) determinar el sistema de categorías, 4) comprobar la fiabilidad del sistema de codificación-categorización y por último, 5) inferencias.

A su vez, es importante destacar las ventajas del análisis de contenido, entre las que se destacan:

- a) Constituye un método sin manipulación de recolección de datos, que es apropiado para analizar material no estructurado (Landry, 1998).
- b) Puede aplicarse a una gran variedad de documentos (Fernández, 2002).
- c) Tiene múltiples usos como: describir tendencias y develar diferencias en contenidos, exponer técnicas publicitarias, mediar la claridad de los mensajes, descubrir estilos de comunicación, descifrar mensajes ocultos, reflejar actitudes, valores y creencias de personas o grupos, cerrar preguntas abiertas (Berelson, 1952).

Entre las desventajas que tiene este método se encuentra que la codificación de los datos a veces es compleja y conlleva mucho tiempo (Landry, 1998).

Son distintas las investigaciones sobre RSE que analizan y cuantifican el contenido de los reportes o informes de este tipo de actividades. Unerman (2000), con el objetivo de complementar el trabajo de Milne & Adler (1999), explora cómo se han realizado estudios de análisis de contenido de este tipo, mediante la observación de qué documentos estudian y cómo los miden. Los resultados que obtiene se muestran en la tabla 7.5.

Tabla 7.5 Características de algunos estudios que han utilizado el análisis de contenido como método de investigación en RSE (orden cronológico).

Estudio	Método de medición				
	No. documentos	No. de palabras	No. de oraciones	No. de páginas	% de páginas
Cowen et al. (1987)	X			X	
Guthrie y Parker (1990)					X
Gray et al. (1995)	X				X
Deegan y Gordon (1996)		X			
Hackston y Milne (1996)			X		
Deegan y Rankin (1997)		X		X	
Adams & Harte (1998)	X				
Buhr (1998)			X		
Neu et al. (1998)		X			
Tsang (1998)	X		X		

Fuente: elaboración propia a partir de Unerman (2000).

Es importante señalar que en la tabla 7.5 sólo se muestran aquellos estudios que midieron informes anuales integrados, estos a diferencia de los informes de responsabilidad social o sostenibilidad, también cuentan con información sobre gestión administrativa, estados financieros de la empresa y aspectos generales. Se puede observar en la tabla 7.5, que la mayoría de esos estudios analizaron el número de documentos que hablan sobre RSE y, en segundo lugar, el porcentaje de páginas totales dedicado a este apartado. En menor medida, los investigadores utilizaron el número total de páginas, el número de oraciones y palabras que cada informe anual otorga a la cuestión de RSE.

Unerman (2000) llegó a dos conclusiones en su estudio. Por un lado, los estudios que se centran exclusivamente en informes anuales corren el riesgo de capturar información incompleta sobre las actividades de RSE en la que las empresas participan. Por otro lado, él encontró que cualquier estudio de análisis de contenido que adopte técnicas de medición que sólo captura palabras y números, ignora imágenes o gráficos haciendo que resulte incompleta la representación de actividades o desempeño de RSE.

Tal y como se ha realizado en otros estudios (Da Silva Monteiro & Aibar-Guzmán, 2010; Kuo & Yi-Ju Chen, 2013; Meiseberg & Ehrmann, 2012; Verbeeten, Gamerschlag & Möller, 2016), en esta investigación se utiliza el análisis de contenido para cuantificar el grado de involucramiento en RSE. De acuerdo con Beattie & Thomson (2007), el análisis de contenido asume que la frecuencia es una indicación de la importancia del tema y, Verbeeten et al., (2016) consideran que la literatura existente sugiere que el análisis de contenido proporciona resultados válidos para la investigación de informes sociales y ambientales corporativos.

Como se ha mencionado, para cumplir con los objetivos de este estudio, se han utilizado los informes de RSE o sostenibilidad que se encontraron en las empresas de la población (134 informes) con la finalidad de medir a la variable grado de involucramiento en RSE. Para el paso correspondiente a las reglas de codificación, se realizó lo siguiente: cada actividad por dimensión de RSE se codificó con uno “1” si la empresa la reportaba y con cero “0” si no lo hacía. Se anexa la tabla 7.6. En esta tabla, se determina el sistema de dimensiones e indicadores utilizado en el análisis.

Tabla 7.6 Sistema de dimensiones e indicadores utilizado para el análisis de informes de RSE o sostenibilidad.

Dimensiones	Indicadores	Referencias
Medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de energía renovable • Reciclaje de materiales • Cuidado del agua • Información de emisiones y descarga de residuos • Utilización de productos ecológicos • Certificaciones y/o premios otorgados por el cuidado al ambiente • Otras actividades 	Capron & Gray (2000); Global Reporting Initiative (2017); Hackston & Milne (1996); Indicadores ETHOS (2011); Lara (2008); Perrigot, Oxibar & Déjean (2015); Spiller (2000); Van der Laan Smith, Adhikari & Tondkar (2005).
Público Interno	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de sistema de prevención de riesgo • Beneficios sociales de los empleados • Entrenamiento y educación a empleados • Certificaciones y/o premios por prácticas responsables laborales • Inclusión de grupos • Otras actividades 	Gamerschlag, Möller & Verbeeten (2011); GRI (2017); Hackston & Milne (1996); Indicadores ETHOS (2011); Perrigot, Oxibar & Déjean (2015); Spiller (2000); Van der Laan Smith et al. (2005).
Consumidores y/o clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Certificaciones de calidad • Participación activa de los clientes • Informes de investigación y desarrollo • Etiquetado del producto y detallado del servicio • Garantía del producto o servicio • Otras actividades 	Gamerschlag, Möller & Verbeeten (2011); GRI (2017); Hackston and Milne (1996); Indicadores ETHOS (2011); Perrigot, Oxibar & Déjean (2015); Spiller (2000); Van der Laan Smith et al. (2005).
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Garantía de su materia prima • Tratamiento justo a proveedores • Formación de redes de proveedores • Educación de valores y principios de RSE a proveedores • Otras actividades 	GRI (2017); Hackston & Milne (1996); Indicadores ETHOS (2011); Perrigot, Oxibar & Déjean (2015).
Comunidad Local	<ul style="list-style-type: none"> • Soporte local en actividades culturales • Soporte en programas de educación • Soporte en programas de salud • Programas de voluntariado • Premios por acciones sociales • Otras actividades 	Gamerschlag, Möller & Verbeeten (2011); GRI (2017); Hackston & Milne (1996); Indicadores ETHOS (2011); Perrigot, Oxibar & Déjean (2015); Spiller (2000); Van der Laan Smith et al. (2005).

Fuente: Elaboración propia.

Para comprobar la fiabilidad del sistema, el análisis de contenido fue realizado independientemente por dos personas. Para garantizar la fiabilidad de un juicio de expertos, es necesario conocer el grado de acuerdo entre ellos, ya que el juicio incluye elementos subjetivos (Aiken, 2003). Para ello, se utilizó el coeficiente kappa, este coeficiente es el índice de acuerdo más utilizado en ciencias biológicas y sociales (Escobar-Pérez & Cuervo-Martínez, 2008). En términos conceptuales, “la fórmula del coeficiente kappa se expresa de la siguiente manera: $[(\Sigma \text{ concordancias observadas}) \text{ menos } (\Sigma \text{ concordancias atribuibles al azar})] \text{ entre } [(total \text{ de observaciones}) \text{ menos } (\Sigma \text{ concordancias atribuibles al azar})]$ (Cerdeira & Villarroel, 2008, p. 57).

Se utilizó el estadístico kappa porque genera una medida de acuerdo entre evaluadores cuando las variables están dadas en una escala nominal (Escobar-Pérez & Cuervo-Martínez, 2008). En este caso, cada indicador utiliza una codificación de tipo *dummy* 1 “reporta la actividad” y “0” no la reporta. El estadístico Kappa tiene un rango entre -1 y 1. Si el coeficiente es 1 indica acuerdo perfecto entre los evaluadores, si es 0 indica que el acuerdo no es mayor que el esperado por el azar y si el coeficiente es menor que 0 el nivel de acuerdo es inferior al esperado por el azar (Sim & Wright, 2005). El valor kappa entre los valores del investigador 1 y los valores del investigador 2 fue $K=0.896$, $p= 0.000$. Este valor quiere decir que, existe una muy buena concordancia entre ambos análisis. Al final, se decidió trabajar con el análisis del investigador 1, puesto que era el investigador con mayor conocimiento en RSE.

Los resultados obtenidos dentro del análisis de contenido para la variable grado de involucramiento en RSE se presentan en la tabla 7.7. Esta tabla muestra que 2133 actividades fueron contabilizadas entre la dimensión social y la dimensión ambiental de RSE, en los 134 informes de RSE.

Tabla 7.7 Frecuencias y porcentajes de las actividades reportadas en los 134 informes de RSE de empresas en México.

DIMENSIÓN	INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Medio ambiente	Materias primas/ reciclaje	55	2.58
	Cuidado del agua	114	5.34
	Biodiversidad	61	2.86
	Gestión de la energía	108	5.06
	Efluentes y residuos	105	4.92
	Emisiones	108	5.06
	Suma	551	25.83
Público interno	Clima organizacional	110	5.16
	Salud y seguridad	114	5.34
	Entrenamiento y capacitación	113	5.30
	Oportunidades iguales	198	9.28
	Compensaciones y beneficios	69	3.23
	Respeto a los derechos humanos	84	3.94
	Suma	688	32.26
Proveedores	Prácticas y negocios justos	66	3.09
	Estimulación en la formación	52	2.44
	Evaluación y elección ética y sustentable	60	2.81
	Suma	178	8.35
Consumidores y/o clientes	Buenas prácticas salud y seguridad	79	3.70
	Etiquetado o detallado del producto servicio	80	3.75
	Comunicaciones de mercadotecnia y publicidad	60	2.81
	Privacidad de los consumidores/clientes	32	1.50
	Suma	251	11.77
Comunidad local	Soporte local en actividades educativas	100	4.69
	Soporte en programas de salud	82	3.84
	Soporte en actividades deportivas y culturales	58	2.72
	Soporte e inversiones ambientales	56	2.63
	Voluntariado	77	3.61
	Ética y lucha contra la corrupción	92	4.31
	Suma	465	21.80
Total		2133	100%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 7.7 se puede observar que las actividades con mayor frecuencia corresponden a la subdimensión de “Público interno” con un total de 688 frecuencias (32.26%); siguiendo la dimensión de “Medio Ambiente” con un total de 551 frecuencias (25.83%); la subdimensión “Comunidad local” está en tercer lugar con un total de 465 frecuencias (21.80%); en penúltimo lugar, la subdimensión “Consumidores/clientes” con 251 frecuencias (11.77%); y, por último, la subdimensión de “Proveedores” con un total de 178 frecuencias (8.35%). Esto quiere decir, que la mayoría de las empresas que reporta informes de RSE, se involucra más en actividades dirigidas a sus empleados y al medio ambiente. A su vez, las actividades en las que menos se involucran las empresas de la muestra son las dirigidas a los proveedores y a los consumidores/ clientes.

Por otra parte, la figura 7.1 presenta el porcentaje de las actividades reportadas en los 134 informes de RSE analizados y complementa a la tabla 7.7.

Figura 7.1 Porcentaje de las actividades reportadas en los 134 informes de RSE en México



Fuente: elaboración propia.

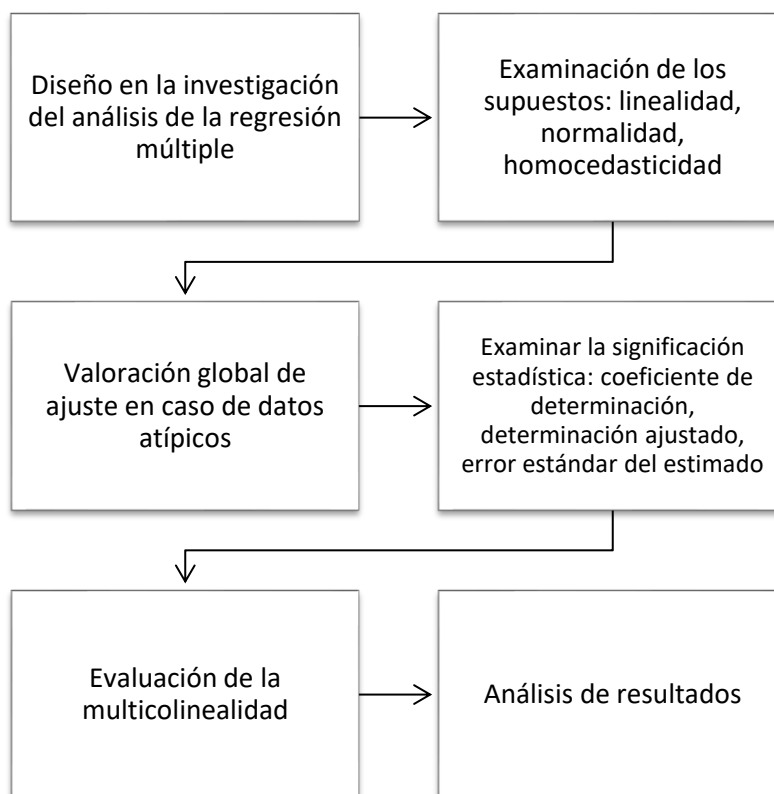
Como se puede observar en el gráfico complementario 7.1, las empresas analizadas dentro de la dimensión público interno, lo que más reportan tiene que ver con oportunidades iguales (la empresa es equitativa, trata a hombres y mujeres por igual, etc.); a su vez, lo que menos reportan en esta subdimensión tiene que ver con compensaciones y beneficios para los empleados. Dentro de la dimensión medio ambiente, lo que más reportan las empresas tiene que ver con el cuidado del agua y lo que menos reportan tiene que ver con el uso de materias primas recicladas. Por otra parte, en la subdimensión social de comunidad local, lo que más reportan las empresas tiene que ver con soporte en actividades educativas, mientras que lo que menos reportan o en las actividades en que menos se involucran son aquellas que tienen que ver con deporte y cultura. Dentro de la subdimensión consumidores o clientes, lo que más reportan las empresas tienen que ver con el detallado o etiquetado del producto o servicios, es decir, se preocupan por la imagen que dan de su producto o servicio. A su vez, actividades relacionadas con la privacidad de los consumidores, es lo que menos reportan. En la actualidad, es importante contar con la privacidad de los datos personales, dado que hoy en día, cualquier compañía de servicios o productos cuenta con información personal y financiera de sus clientes. En la subdimensión social de proveedores, que es en la que menos se involucran las empresas de la muestra, lo que más reportan es aquello relacionado a prácticas y negocios justos, pero lo que menos reportan tiene que ver con estimulación en la formación. Es decir, a las empresas no les interesa formar mejores proveedores (en su cadena de valor) mientras tengan su producto en tiempo y forma.

7.5 Análisis estadístico

Para el tratamiento estadístico de los datos se trabajó con el análisis de regresión lineal múltiple en el software SPSS v.22. Esta técnica permite establecer la relación y el grado de asociación que se produce entre una variable dependiente (desempeño económico) y un conjunto de variables independientes presuntamente explicativas (actividades totales de RSE o por dimensiones: medio ambiente y sociedad, experiencia en RSE, tamaño y sector).

El diagrama 7.2 presenta las etapas seguidas en el análisis de regresión múltiple, después de la especificación de la relación.

Figura 7.2 Etapas seguidas en el análisis de regresión múltiple



Fuente: elaboración propia basado en Hair et al., (2007).

7.5.1 Diseño en la investigación del análisis de la regresión múltiple

Lo que se pretende en esta investigación mediante la regresión múltiple es encontrar cuáles variables independientes (grado de involucramiento en RSE, dimensión ambiental, dimensión social, experiencia en RSE, sector, tamaño) explican a la variable dependiente (desempeño económico).

De las 134 empresas con informes de RSE, solo se obtuvieron datos completos de ROA y ROE al año 2016, mediante la revista Expansión (2017), de 75 empresas. A continuación, se muestran en la tabla 7.8, los resultados descriptivos de las variables utilizadas.

Tabla 7.8 Descriptivos de las variables de estudio

Variable	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Grado RSE	75	4	23	14.60	4.89
Dimensión MA*	75	0	6	3.88	1.57
Dimensión Social	75	1	18	10.72	3.94
Experiencia	75	1	21	4.75	4.73
Tamaño	75	2707	975412	75349.43	143314.45
Sector	75	0	1	N/A	N/A
ROA 2016	75	-11	32	4.2	5.9
ROE 2016	73	-150	68	10.3	24.8

Fuente: elaboración propia. Grado RSE: Grado de involucramiento en RSE. Dimensión MA* medio ambiente y dimensión social: medidas a través de actividades de RSE reportadas en los informes. Experiencia: años que una empresa lleva reportando informes de RSE. Tamaño: medido mediante las ventas anuales al año 2016, expresado en millones de pesos. Sector: “1” industria y “0” otros sectores. ROE y ROA expresados en porcentajes.

Como se puede apreciar en la tabla 7.8, la media de las actividades de RSE totales reportadas por empresa es de 14.60, es decir, existe una heterogeneidad en las prácticas de RSE en las que se involucran las empresas de la muestra. La media en la dimensión medio ambiente es de 3.88, es decir, las empresas se preocupan por abarcar la mayoría de las cuestiones ambientales. Respecto a la dimensión social, se encuentra una media de 10.72, es decir, se dedican a la mitad de las actividades socialmente responsables referidas en el instrumento de medición. Por su parte, para la variable de experiencia en RSE, la media de los años que una empresa lleva reportando mediante informes de RSE es de 4.75, es decir, en México, las empresas no llevan mucho tiempo reportando sus actividades de RSE. Respecto a los factores organizacionales, se encuentra que, en

promedio, las empresas de la muestra venden 75349.43 millones de pesos. Para la variable sector, no aplica la media dado que es una variable categórica. En cuanto a las variables dependientes, se puede observar que la media del indicador ROA 2016 es de 4.2%, lo que quiere decir que, en promedio, las empresas de la muestra tienen un desempeño regular. La media del indicador ROE 2016 ($n=73$) es de 10.3%, lo que significa que las empresas en la muestra, en promedio, tienen un desempeño bajo.

7.5.1.1 Potencia estadística y tamaño muestral

Para Hair et al., (2007) el tamaño muestral impacta directamente en la conveniencia y la potencia estadística de la regresión múltiple. La potencia de la regresión múltiple se refiere “a la probabilidad de detectar como estadísticamente significativo un nivel específico de R^2 o un coeficiente de regresión para un nivel de significación especificado y un tamaño de muestra específico” (Hair et al., 2007, p. 159).

En este caso, los valores de la tabla extraída de Hair et al. (2007, p. 159) recogen que el R^2 mínimo esperado sería de 23 para obtener una potencia de 0.80, ya que el tamaño muestral es mayor a 50 datos a un nivel de significación de $p=0.05$ con un total de variables independientes de 4 y 5 (ROA y ROE, respectivamente).

7.5.2 Examinación de supuestos

7.5.2.1 Linealidad

La linealidad de la relación entre las variables dependientes o independientes refiere al grado de cambio en la variable dependiente asociado con la variable independiente (Hair et al., 2007).

7.5.2.2 Normalidad

La normalidad refiere al perfil de la distribución de los datos para una variable única métrica y su correspondencia con una distribución normal (Hair et al., 2007). De acuerdo al teorema del límite central, la distribución de la media puede ser aproximadamente normal si el tamaño de la muestra es mayor que 50 (Soporte Minitab 18). Utilizando dicho criterio, se cumple el supuesto de normalidad en el estudio pues se trabajan $n=73$ y $n=75$, respectivamente. Otro criterio para evaluar la normalidad de las distintas variables es el de Pérez López (2004) que señala que: “en la prueba de asimetría y curtosis como un criterio suave suele considerarse normal a la población cuya muestra presenta coeficientes de asimetría y curtosis comprendidos entre -2 y 2” (p.62).

En la tabla 7.9 se muestran los valores de asimetría y curtosis para determinar la normalidad de las variables utilizadas en el estudio.

Tabla 7.9 Valores de asimetría y curtosis de las variables de estudio

Tipo de variable	Variable	Indicador	Asimetría	Curtosis
X1	Grado RSE	Total actividades	-0.343	-0.724
X2	Total MA	Actividades MA	-0.860	-0.040
X3	Total SOC	Actividades SOC	-0.224	.0.752
X4	Experiencia	Logaritmo de años reportando informes de RSE	0.250	-1.262
X5	Tamaño	Logaritmo del total de ventas anuales 2016	0.359	-0.535
X6	Sector	“1” Industria “0” Otros	-1.077	-0.864
Y1	ROA	“1” a “5” dependiendo el grupo de pertenencia	0.041	-1.481
Y2	ROE	“1” a “5” dependiendo el grupo de pertenencia	0.119	-1.207

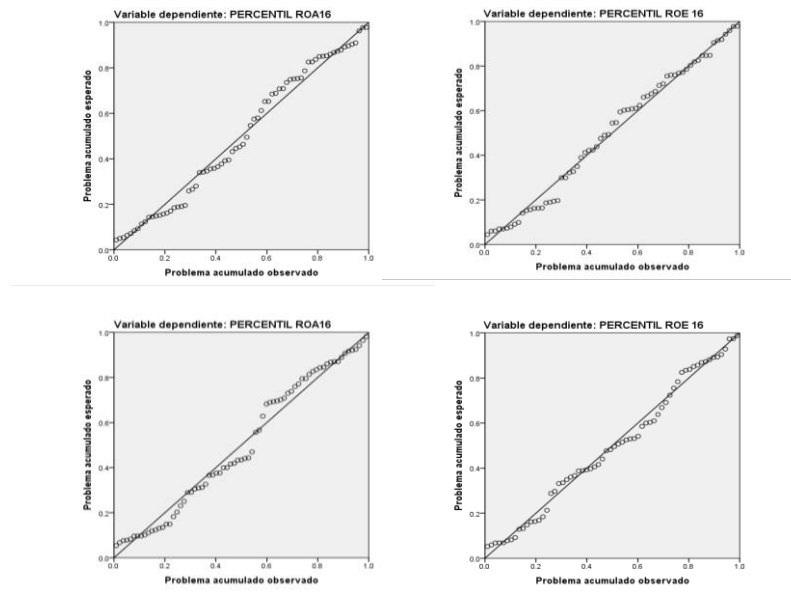
Fuente: elaboración propia.

Como se puede observar en la tabla 7.9, en todas las variables se reportan valores dentro del rango ± 2 . Bajo el criterio recomendado por Pérez López (2004), en el estudio se cumple con la normalidad en las variables. Cabe mencionar, que la variable experiencia se ha medido a través de logaritmo natural de años reportando informes de RSE. La variable tamaño se ha medido mediante logaritmo natural del total de ventas reportadas al 2016.

En estadística, el uso del logaritmo natural se utiliza para transformar los datos para permitir que éstos con asimetría moderada se distribuyan mejor o para permitir que los datos encajen en un patrón con curva que se modelará utilizando una línea recta (Soporte Minitab 18). Para la medición de las variables ROA y ROE, las empresas se clasificaron en 5 grupos, de acuerdo con percentiles de 20 en 20, los cuales fueron obtenidos de los porcentajes de cada variable. Lo anterior, se realizó debido a la dispersión de los datos y con ello se mejoraron sus valores de asimetría y curtosis, tal y como se observan en la tabla 7.9.

En este apartado, también se han utilizado los gráficos P-P, los cuales sirven para verificar que los errores sigan o no una distribución normal (De la Garza, Morales & González, 2013). En la figura 7.3 se presentan los diagramas P-P de cada regresión lineal múltiple de estudio.

Figura 7.3 Diagrama P-P de cada regresión lineal múltiple de estudio.



Fuente: elaboración propia.

Como se puede observar en el gráfico 7.3, en cada regresión lineal múltiple realizada existe una relación lineal casi perfecta entre “X” y “Y”. Con la interpretación de las gráficas, se descartan problemas de normalidad.

7.5.2.3 Homocedasticidad

La homocedasticidad supone que las variables dependientes exhiben un mismo nivel de varianza a lo largo del rango del predictor de las variables (Hair et al., 2007). Este criterio se usa para indicar homogeneidad de varianzas o que las varianzas son constantes. El no cumplimiento de este supuesto puede ocasionar que los pronósticos puntuales y por intervalo sean menos precisos (De la Garza, Morales & González, 2013).

Para evaluar el criterio de homocedasticidad, se utilizaron las pruebas de Levene y M de Box, los cuales puede utilizarse para evaluar si las varianzas de una única variable métrica son iguales a lo largo de cualquier cantidad de grupos (Hair et al., 2007). Para utilizar las pruebas de Levene y M de Box se necesitan dos o más grupos en la variable a probar. De

acuerdo con el procedimiento de De la Garza, Morales & González (2013), en esta investigación se acomodaron los residuales no estandarizados de cada modelo de regresión lineal en dos grupos. El grupo uno formado por aquellos valores residuales menores que cero y el grupo dos conformado por aquellos valores residuales mayores que cero. Después se procedió a realizar ambas pruebas (Levene y M de Box) simultáneamente. Lo esperado es encontrar valores $p = > 0.05$ equivalente a aceptar la hipótesis nula de la homogeneidad de varianzas.

Continuando con el análisis, en la tabla 7.10 se presentan los resultados obtenidos en las pruebas de Levene y M de Box para cada regresión realizada.

Tabla 7.10 Valores obtenidos en las pruebas de Levene y M de Box para descartar problemas de homocedasticidad

Regresión	Estadístico de Levene	Valor P	M de Box	Valor P
Modelo 1 ^a	1.232	0.272	0.217	0.644
Modelo 1b	0.260	0.612	0.000	0.995
Modelo 2 ^a	1.526	0.221	0.130	0.721
Modelo 2b	0.326	0.570	0.732	0.396

Fuente: elaboración propia con datos de las pruebas de Levene y M de Box en SPSS.

Como se puede observar en la tabla 7.10, los valores P obtenidos en cada grupo de datos de cada modelo de regresión son superiores a 0.05. Con esto aceptamos en cada prueba la H_0 = matrices de covarianzas de población iguales y se descarta cualquier problema de homocedasticidad.

7.5.3. Valoración global de ajuste en caso de detección de datos atípicos

Según De la Garza, Morales & González (2013), los valores atípicos conocidos como *outliers*, son valores muy grandes o chicos con respecto a los demás o a la mayoría de los

residuales o errores. La existencia de valores atípicos provoca que no se cumpla la normalidad ni la homoscedasticidad.

Para eliminar valores atípicos, en esta investigación se ha utilizado el análisis de residuo basado en la *t* de *student* y la distancia de Cook. El primer análisis corresponde al examen de los residuos y la identificación de casos atípicos con valores ± 1.96 . El segundo análisis utilizado: la distancia de Cook, se considera la medida más representativa de la influencia global. Se utilizó la fórmula $4 / (n-k-1)$ (donde n = tamaño de muestra y k = número de variables) para la identificación de los valores influyentes, en este caso los valores resultantes de la resolución de la fórmula se encontraban entre 0.05 y 0.06. Sólo aquellos valores que cumplían ambos criterios se iban eliminando (De la Garza, Morales & González, 2013; Hair et al., 2007).

Después de realizar los ajustes, para la regresión lineal modelo 1a se ejecutó con $n=70$. El modelo 2a se efectuó con $n= 71$. El modelo de regresión 1b se trabajó con $n= 66$. Por último, el modelo 2b se llevó a cabo con $n= 64$.

7.5.4 Examinación de la significación estadística de la regresión lineal múltiple

En cada modelo de regresión, se obtienen y toman en cuenta los estadísticos de bondad de ajuste (R , R^2 , R^2 corregido, error estándar de la estimación), el análisis de varianza y la estimación de parámetros considerando las variables introducidas (Montgomery, Peck & Vining, 2012; Rodríguez-Jaume & Mora Catalá, 2001).

El coeficiente de correlación múltiple (R) mide la intensidad de la relación entre un conjunto de variables independientes y una variable dependiente. Los coeficientes de correlación parcial oscilan entre 1 (fuerte asociación lineal positiva: a medida que aumenten los valores de una variable aumentarán los de la otra) y -1 (fuerte asociación lineal negativa: a medida que aumenten los valores de una variable disminuyen los de la

otra). Cuando los valores de este estadístico se aproximen a 0 nos estarán indicando que entre las dos variables no existe asociación lineal y, en consecuencia, carece de sentido determinar el modelo y/o ecuación de regresión lineal (Rodríguez-Jaume & Mora Catalá, 2001, p. 6).

El coeficiente de correlación múltiple al cuadrado o coeficiente de determinación (R^2) mide la proporción (porcentaje si lo multiplicamos por 100) de la variabilidad de la variable dependiente explicada por las variables independiente que en ese momento han sido admitidas en el modelo. A su vez, el coeficiente de determinación ajustado mide lo mismo que R^2 pero en este caso no queda influenciado por el número de variables que introducimos (Rodríguez-Jaume & Mora Catalá, 2001, p.8).

Por otra parte, el error estándar de estimación indica la parte de la variable dependiente que dejamos por explicar (Rodríguez-Jaume & Mora Catalá, 2001, p.8) o, qué tan bien se ajusta la línea a los datos, es decir, qué tanta dispersión tiene los valores observados alrededor del modelo de regresión en todos los datos (De la Garza, Morales & González, 2013). Para Hair et al. (2007), este valor también estima el tamaño del intervalo de confianza para las predicciones.

Siguiendo con el análisis, en la tabla de ANOVA, se analiza el estadístico F (estadístico del análisis de varianza). Entre mayor sea el estadístico F, mejor será la predicción mediante el modelo lineal (Peláez, 2016). Si el p-valor asociado al estadístico F es menor que el nivel de significación (normalmente 0.05), rechazaremos la hipótesis nula planteada que es que la pendiente es igual a 0 (Dagnino, 2014), es decir, que no hay relación entre las variables (Peláez, 2016). Del mismo modo, se puede considerar que los resultados obtenidos con la muestra son generalizables a la población a la que pertenece la muestra (Rodríguez-Jaume & Mora Catalá, 2001).

Los estadísticos importantes que se consideran en el estudio asociados a la variable independiente son:

1.- Coeficiente de regresión. Este coeficiente nos indica el número de unidades que aumentará la variable dependiente o criterio por cada unidad que aumente la variable independiente (Rodríguez-Jaume & Mora Catalá, 2001, p.10).

2.- Coeficiente Beta estandarizado. El coeficiente Beta es el coeficiente de regresión estandarizado. Expresa la pendiente de la recta de regresión en el caso de que todas las variables estén transformadas en puntuaciones Z (Rodríguez-Jaume & Mora Catalá, 2001, p.10).

3.- Valor T. El estadístico T mide la significación de la correlación parcial de la variable reflejada en el coeficiente de regresión (Hair et al., 2007). Este valor permite comprobar si la regresión entre una variable independiente y la dependiente es significativa. Si el p-valor asociado al estadístico T (Sig T) es mayor al nivel de significación (normalmente 0.05) rechazaremos que la regresión sea significativa para las dos variables relacionadas (Rodríguez-Jaume & Mora Catalá, 2001, p.11).

7.5.5 Multicolinealidad

La colinealidad o multicolinealidad es un aspecto importante a revisar en una regresión múltiple. Colinealidad refiere a que dos variables independientes se relacionan entre sí, ya sea linealmente o no. Por su parte, la multicolinealidad existe cuando dos o más variables independientes están relacionadas entre sí (De la Garza, Morales & González, 2013). La multicolinealidad puede causar estimaciones inestables y variaciones inexactas que afectan los intervalos de confianza y las pruebas de hipótesis (Hoerl & Kennard, 1988). Existen distintas maneras de medir o detectar problemas de multicolinealidad. En esta investigación se revisaron:

- a) El valor del factor de inflación de varianza (VIF). El VIF es el recíproco del valor de tolerancia; lo que se busca son valores bajos de VIF. Dicho valor oscila entre 1 e infinito. El valor máximo aceptado para descartar problemas de multicolinealidad para VIF es 5 (Hair et al., 2007).
- b) El índice de condicionamiento (IC). Este valor representa la colinealidad de las combinaciones de variables en el conjunto de datos (Hair et al., 2007, p.208). Se considera que a partir de un valor IC de 20 hay cierta multicolinealidad y que ésta es severa a partir de 30 (Hair, et al., 2007).
- c) La correlación parcial entre variables independientes como detectores de multicolinealidad. La correlación parcial es una medida de la variación de Y que no se tiene en cuenta por las variables de la ecuación que pueden explicarse por cada una de las variables adicionales (Hair et al., 2007, p.191). Se esperaría encontrar valores de correlación cercanos a -1 y 1 con valor $p = <0.05$ para indicar que dichas variables están o no asociadas (De la Garza, Morales & González, 2013).

7.6 Resultados de los análisis estadísticos

Se realizaron diferentes regresiones múltiples de acuerdo con los modelos especificados. A continuación, se presenta el orden de análisis de resultados estadísticos.

7.6.1 Resultados de las correlaciones parciales

Lo primero que se analizó fueron las correlaciones entre las variables de estudio, para descartar problemas de multicolinealidad. Para Palacio Salazar (2015), el encontrar altos coeficientes de correlación entre dos variables explicativas supone presencia de multicolinealidad. Dichas correlaciones se pueden observar en la tabla 7.11.

Tabla 7.11 Correlación de las variables de estudio

Variable	Media	Desviación estándar	1	2	3	4	5	6	7	8	9
GradoRSE	14.60	4.899	1								
TotalMA	3.88	1.577	0.709**	1							
TotalSOC	10.72	3.941	0.959**	0.482**	1						
ExperienciaRSE	1.10	.976	0.258*	0.156	0.259*	1					
Tamaño	10.2237	1.39853	0.291*	0.234*	0.268*	0.162	1				
Otros sectores	.7333	.44519	-0.143	-0.123	-0.128	-0.022	-0.098	1			
Industria	.27	.445	0.143	0.123	0.128	0.022	0.098	-1*	1		
ROA 16	2.81	1.522	-0.121	-0.06	-0.126	0.362**	0.027	-0.194	0.194	1	
ROE 16	2.9178	1.40192	-0.056	-0.154	-0.007	0.273*	-0.164	0.055	-0.055	0.709**	1

Fuente: elaboración propia. Grado de involucramiento en RSE: medidas a través de actividades de RSE reportadas en los informes. Total MA* Medio Ambiente y total SOC* social: medidas a través de actividades reportadas en los informes. Experiencia en RSE: logaritmo natural de años que una empresa lleva reportando informes de RSE. Tamaño: medido mediante logaritmo de las ventas al año 2016. Industria: Sector base. Otros sectores: sectores comercio y servicio. ROA 16 y ROE 16: agrupado en 5 grupos antes mencionados. ** p= 0.01; *p= 0.05.

En la tabla 7.11 se encuentran correlaciones significativas y positivas entre la experiencia en RSE y las variables ROA 16 y ROE 16. También se encuentran algunas correlaciones arriba de 0.7 y significativas entre variables explicativas o independientes, pero no son relevantes ni causa de multicolinealidad, dado que en los modelos de regresión no se analizan al mismo tiempo, es decir, no se corren unas contra otras.

7.6.2 Resultados de la regresión lineal múltiple

Se han establecido dos modelos de regresión, cada uno subdividido. El modelo 1 toma como variables independientes: el grado de involucramiento en RSE, la experiencia en RSE, el tamaño y el sector sobre los indicadores de la variable dependiente ROA 16 (1a) y ROE 16 (1b), respectivamente. El modelo 2 toma como variables independientes: la dimensión medio ambiente de RSE, la dimensión social de RSE, la experiencia en RSE, el tamaño y el sector sobre los indicadores de la variable dependiente ROA 16 (2a) y ROE 16 (2b), respectivamente. En las tablas 7.12, 7.13, 7.14 y 7.15, se pueden observar los resultados obtenidos en los modelos de regresión realizados.

Tabla 7.12 Regresión lineal modelo 1a en ROA 16.

Y= ROA 16					
Variable	Coeficiente de regresión	Valor P	T-Ratio	Tolerancia	VIF
Constante	4.549	0.000	3.864		
Grado RSE	-0.096	0.006	-2.871	0.880	1.137
Experiencia	0.527	0.002	3.256	0.948	1.055
Tamaño	-0.114	0.329	-0.984	0.910	1.099
Sector	1.450	0.000	3.879	0.927	1.079
R2		0.321			
R ajustada		0.279			
Valor F		7.675			
Valor P		0.000			

Fuente: elaboración propia. Grado RSE: medidas a través de actividades de RSE reportadas en los informes. Experiencia: logaritmo natural de años que una empresa lleva reportando informes de RSE. Tamaño: medido mediante logaritmo de las ventas al año 2016. Sector: "1" industria y "0" otros sectores. ROA: agrupado en 5 grupos antes mencionados.

Tabla 7.13 Regresión lineal modelo 1b en ROE 16.

Y= ROE 16					
Variable	Coeficiente de regresión	Valor P	T-Ratio	Tolerancia	VIF
Constante	8.071	0.000	6.868		
Grado RSE	-0.048	0.132	-1.526	0.880	1.136
Experiencia	0.506	0.001	3.334	0.950	1.053
Tamaño	-0.488	0.000	-4.317	0.873	1.145
Sector	1.124	0.004	2.972	0.856	1.168
R2		0.344			
R ajustada		0.301			
F		7.880			
P		0.000			

Fuente: elaboración propia. Actividades RSE: medidas a través de actividades de RSE reportadas en los informes. Experiencia: logaritmo natural de años que una empresa lleva reportando informes de RSE. Tamaño: medido mediante logaritmo de las ventas al año 2016. Sector: "1" industria y "0" otros sectores. ROE: agrupado en 5 grupos antes mencionados.

Tabla 7.14 Regresión lineal modelo 2a en ROA 16.

Y= ROA 16					
Variable	Coeficiente de regresión	Valor P	T-Ratio	Tolerancia	VIF
Constante	2.893	0.014	2.513		
Dimensión MA	0.008	0.948	0.065	0.710	1.408
Dimensión SOC	-0.125	0.010	-2.665	0.676	1.480
Experiencia	0.719	0.000	4.466	0.940	1.064
Tamaño	0.014	0.901	0.124	0.917	1.091
Sector	1.133	0.002	3.184	0.958	1.044
R2		0.333			
R ajustada		0.282			
F		6.492			
P		0.000			

Fuente: elaboración propia. Dimensión medio ambiente y dimensión sociedad: medidas a través de actividades de RSE reportadas en los informes. Experiencia: logaritmo natural de años que una empresa lleva reportando informes de RSE. Tamaño: medido mediante logaritmo de las ventas al año 2016. Sector: "1" industria y "0" otros sectores. ROA: agrupado en 5 grupos antes mencionados.

Tabla 7.15 Regresión lineal modelo 2b en ROE 16.

Y= ROE 16					
Variable	Coeficiente de regresión	Valor P	T-Ratio	Tolerancia	VIF
Constante	6.35	0	6.172		
Dimensión MA	-0.339	0.002	-3.309	0.732	1.365
Dimensión SOC	0.034	0.439	0.779	0.659	1.517
Experiencia	0.655	0.000	4.606	0.899	1.112
Tamaño	-0.299	0.004	-2.968	0.896	1.116
Sector	-0.302	0.367	-0.910	0.919	1.088
R2		0.424			
R ajustada		0.375			
F		8.554			
P		0.000			

Fuente: elaboración propia. Dimensión medio ambiente y dimensión sociedad: medidas a través de actividades de RSE reportadas en los informes. Experiencia: logaritmo natural de años que una empresa lleva reportando informes de RSE. Tamaño: medido mediante logaritmo de las ventas al año 2016. Sector: "1" industria y "0" otros sectores. ROE: agrupado en 5 grupos antes mencionados.

7.6.2.1 Interpretación estadística de resultados del modelo 1 de regresión lineal

Como se puede observar en las tablas 7.12 y 7.13, el valor p asociado al valor F en los 2 submodelos resulta significativo $p=0.000$, esto señala que existe una relación lineal significativa entre la varianza dependiente y el conjunto de variables independientes. Por otra parte, ambos submodelos (1a y 1b) presentan valores VIF menores a 2 y valores de tolerancia (T) mayores a 0.8. Se destaca también, que ambos índices de condición (IC) presentan valores menores a 30, lo que descarta la existencia de problemas de multicolinealidad.

Siguiendo con el análisis, se puede observar en la tabla 7.12 y 7.13 correspondientes al modelo 1 de regresión lineal, los coeficientes de determinación R^2 equivalen a 0.321 y 0.344, respectivamente. Lo anterior quiere decir que el coeficiente de determinación en el modelo 1 explica la variación de la variable ROA 16 en un 32% y al ROE en un 34%. Se destaca que, de acuerdo con la tabla presentada por Hair et al., (2007, p.159), la potencia de la regresión múltiple por el tamaño de la muestra, el número de variables y los coeficientes de R^2 cumplen con una potencia estadística de 80%.

Los resultados de la regresión del modelo 1 reflejan el efecto de las variables independientes: actividades RSE, experiencia, tamaño y sector, sobre el ROA 16 y sobre el ROE 16, respectivamente. La variable actividades de RSE tiene un impacto negativo significativo ($b = -0.096$, $p = 0.006$) sobre el ROA 16 y no resulta significativa sobre el ROE 16. La variable experiencia tiene un impacto positivo significativo ($b = 0.527$, $p = 0.002$) sobre el ROA 16 e igualmente sobre el ROE 16 ($b = 0.506$, $p = 0.001$). La variable tamaño sólo resulta significativa y negativa sobre el ROE 16 ($b = -0.488$, $p = 0.000$). La variable sector tiene un impacto significativo y positivo sobre el ROA 16 ($b = 1.45$; $p = 0.000$) y sobre el ROE 16 ($b = 1.124$; $p = 0.004$).

7.6.2.2 Interpretación estadística de resultados del modelo 2 de regresión lineal

Como se puede observar en las tablas 7.14 y 7.15, el valor p asociado al valor F en los 2 submodelos resulta significativo $p=0.000$, esto indica que existe una relación lineal significativa entre la varianza dependiente y el conjunto de variables independientes. Por otra parte, ambos submodelos (1a y 1b) presentan valores VIF menores a 2 y valores de tolerancia (T) mayores a 0.6. Se destaca también, que ambos índices de condición (IC) presentan valores menores a 30, lo que descarta la existencia de problemas de multicolinealidad.

En la tabla 7.14 y 7.15, se presentan los coeficientes de determinación R^2 correspondientes al modelo 2 de regresión lineal. Los R^2 equivalen a 0.333 y 0.424, respectivamente. Con lo anterior, se considera que el modelo 2 explica la variación del ROA 16 en un 33% y del ROE 16 en un 42%. Es importante señalar, al igual que en el modelo 1 de regresión, que al tomar en cuenta la potencia de la regresión múltiple estimada por Hair et al. (2007, p.159), con base en el tamaño de la muestra, el número de variables y los coeficientes R^2 , se cumple con una potencia estadística de 80%.

Por su parte, los resultados de la regresión del modelo 2 reflejan el efecto de las variables independientes actividades de la dimensión medio ambiente, actividades de la dimensión sociedad, experiencia, tamaño y sector, sobre el ROA 16 y ROE 16, respectivamente. Los resultados muestran que la variable de actividades de la dimensión sociedad tiene un impacto significativo y negativo sobre el ROA 16 ($b= -0.125$, $p= 0.010$) y significativo positivo sobre el ROE 16 ($b=0.655$, $p= 0.000$). La variable experiencia tiene un impacto significativo positivo ($b= 0.719$, $p= 0.000$) y significativo negativo en ROE 16 ($b= -0.299$, $p= 0.004$). La variable tamaño tiene un impacto significativo y negativo sobre el ROE 16 ($b= -0.339$, $p= 0.002$). La variable sector tiene un impacto positivo y significativo sobre el ROA 16 ($b= 1.33$, $p= 0.002$).

7.7 Conclusiones

La metodología cuantitativa nos permitió conocer un sinnúmero de resultados. De la población (N=500), 307 (61.4%) empresas reflejan en sus *websites* su involucramiento en prácticas de RSE, siendo en su mayoría empresas de origen internacional (52.44%), ya que solo un 47.55% son empresas de origen nacional. De esas 307 empresas, solo 134 (43.64%) divulga sus actividades de RSE mediante informes. Igualmente, las empresas que más publican informes de RSE o sustentabilidad son empresas de origen internacional.

Por otro lado, se comprueba que los datos utilizados en la regresión cumplen con los criterios de linealidad, homocedasticidad y normalidad. Con lo anterior, se puede confiar en los resultados los cuáles demuestran en el modelo 1a de regresión que la experiencia en RSE y el sector impactan significativa y positivamente en el ROA 16, mientras que las actividades de RSE impactan significativa y negativamente en esta misma variable. A su vez, el tamaño no muestra impacto alguno en el ROA 16. En el modelo 1b, se señala que la experiencia y el sector impactan significativa y positivamente en el ROE 16, mientras que el tamaño impacta significativa y negativamente en este. Se demuestra también que las actividades de RSE no presentan impacto alguno en el ROE 16.

Por otra parte, los resultados de la regresión lineal en el modelo 2a refieren que la experiencia y el sector tienen un impacto significativo y positivo en el ROA 16, mientras que la dimensión social lo impacta negativa y significativamente. La dimensión medio ambiente de RSE y el tamaño no muestran impacto en el ROA 16. En el modelo 2b, se demuestra también que la experiencia en RSE impacta significativa y positivamente en el ROE 16, mientras que la dimensión medio ambiente de RSE y el tamaño impactan significativa y negativamente en dicho indicador. Las variables dimensión social de RSE y sector no muestran impacto en el ROE 16.

CAPÍTULO VIII. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

8.1 Introducción

En este capítulo se analizan y discuten los resultados obtenidos en las distintas fases de la investigación. Se comienza con el análisis de la revisión conceptual de RSE, en la que se hacen observaciones en términos de definiciones, teorías, metodologías y referentes internacionales. Se continúa con los resultados de la fase cualitativa, donde se coteja lo encontrado con otros estudios empíricos y se encuentra una teoría para explicarlos. Posteriormente, se discuten los resultados de la fase cuantitativa, tanto descriptivos como estadísticos. Por último, se comparan los resultados obtenidos en ambas fases para mostrar su complementariedad.

8.2 Análisis y discusión de la revisión conceptual

Después de la revisión de la literatura, se destacan una serie de cuestiones. Respecto al concepto de RSE se ha encontrado que, debido a las múltiples definiciones existentes de RSE, los referentes a nivel internacional han dado pauta a una unificación sobre qué aspectos tomar en cuenta a la hora de definirlo. Usualmente, las definiciones establecen que la RSE se constituye por una serie de responsabilidades no sólo legales y económicas, con la finalidad de alcanzar un desarrollo sostenible. También en las concepciones de responsabilidad social empresarial resalta el aspecto de que las empresas deben disminuir su impacto negativo en el entorno, tanto social como ambiental; y, que deben involucrarse en ella de manera totalmente voluntaria.

En el caso de México, pese a que también un grupo de empresas y organizaciones no gubernamentales han tratado de homogeneizar el concepto (Cajiga, 2011), es notorio que se sigue confundiendo a la responsabilidad social empresarial con filantropía, concordando con lo encontrado por Salgado y Hernández (2007) en su estudio. Se

considera que falta conocimiento y entendimiento integral sobre lo que implica RSE. Algo que lo demuestra es que, en las empresas, como se menciona en el estudio “Panorama de la Responsabilidad Social en México” en 2013, las personas que dirigen áreas de RSE son en su mayoría de las áreas de recursos humanos y mercadotecnia. Por ello, se considera que falta preparación en el campo y sucesivamente, esto provoca la vaguedad en dicho concepto y en su aplicación.

Desde el punto de vista teórico, ante la existencia de diversos enfoques de RSE, la mayoría de los estudiosos los terminan agrupando en teorías instrumentales, de carácter político, integradoras y, sobre ética y moral. La responsabilidad social empresarial es vista como estrategia o medio para la creación de riqueza por algunos; para otros, la RSE se conforma por responsabilidades que surgen cuando las empresas se vuelven un ente de poder; para unos más, las empresas deben reconocer que las responsabilidades económicas y sociales no son algo desligado, sino que se deben integrar para crecer. Por último, otro grupo de investigadores considera a la RSE como una cuestión de ética, en donde mediante el cuidado mutuo (empresa-sociedad), se alcanza un bienestar común. Al conocer los enfoques, se considera que, en México, la RSE es vista como estrategia de negocio, en la que se busca acrecentar el prestigio como empresa frente a sus grupos de interés y la rentabilidad de ésta. Lo anterior concuerda con lo encontrado por García (2019), quién en su trabajo con MIPyMES, menciona que las empresas reflejan un interés en obtener beneficios económicos derivados de las medidas de RSE.

En México, se podrían distinguir dos perspectivas respecto a la RSE. Por un lado, concordando con Friedman (2005), algunas empresas utilizan el concepto de la RSE como una “fachada hipócrita”, puesto que se centran en la idea del *Homo economicus* entendiendo al hombre como egoísta, que se guía por decisiones racionales para su propio interés, desde la competencia y la acumulación (Congote, s/f, p.271). Esto conlleva a que las empresas admitan la cooperación como decisión voluntaria, pero no como asunto ético, sino como una motivación extrínseca al interés personal (Congote, s/f). Por

otro lado, bajo la perspectiva de Bowen, se cree que algunas organizaciones en México reconocen que gracias a la RSE, se pueden alinear las actividades empresariales con el interés público, combinando así la iniciativa voluntaria y la presión coercitiva (Acquier et al., 2011).

Desde el punto de vista metodológico, también se concluye que, en los distintos estudios empíricos donde se mide la Responsabilidad Social Empresarial y el Desempeño Económico, no existe un criterio único y definido de medición. En cada estudio analizado, se miden los constructos con “n” cantidad de variables. En el caso de la RSE, los investigadores utilizan distintos índices de RSE, los cuáles a su vez, utilizan distintos criterios de evaluación. En el caso de informes de RSE, igualmente los académicos utilizan diferentes tipos de análisis de contenido. Respecto al desempeño económico, sucede lo mismo. En las investigaciones utilizan distintos indicadores de DE, que van desde indicadores contables hasta indicadores financieros. Aunado a esto, se destaca la utilización de variables de control que difieren en cada estudio. Por ello, se considera que la existencia de una enorme variabilidad en los modelos de medición ha dificultado la comprobación de una tendencia en el impacto que la RSE tiene en el desempeño económico.

Otro aspecto relevante en la revisión literaria es que se debe reconocer que los referentes internacionales como la guía del Pacto Mundial, el ISO 26000, el GRI y los indicadores ETHOS sirven para que la empresa conozca que acciones debería llevar a cabo y para medirse en cuestión de RSE. Sin embargo, el hecho de seguirlas no certifica que las empresas se involucren en ello; para eso existen algunas certificaciones como ISO14001, SA8000, entre otras. En este sentido, la RSE funciona para distinguir a una empresa del resto, de manera que ayuda a conseguir una mayor competitividad, puesto que cada vez más, la sociedad tiene en cuenta las prácticas socialmente responsables al preferir una empresa u otra. Se concuerda con Echaide (2009) en que es alarmante el hecho de que

algunas empresas se involucren en RSE por moda y que poco a poco adapten dichas normas a su perspectiva, con el fin de colocarse mejor en el mercado.

En el caso de los informes de RSE, las empresas se han dado cuenta de que son una plataforma positiva ante sus *stakeholders*. Por lo anterior, se concuerda con lo que mencionan Raufflet & Barrera (2010) sobre que la generación de informes de RSE manifiesta esfuerzos por parte de las empresas, pero no significa que realmente generen cambios administrativos ni aumenten la sostenibilidad organizacional. Se concierta también con Sierra-García, García-Benau & Zorio (2014) en que las empresas deben tener cuidado y ética al momento de publicar información, ya que algunas de ellas, al ver que entre sus beneficios se encuentra la generación de una ventaja competitiva y mayor rentabilidad, pueden inflar o alzar la información que presentan a sus distintos grupos de interés.

8.3 Análisis y discusión de resultados cualitativos

Se ha realizado un esquema, figura 8.1, en el que se muestran las relaciones de las categorías y subcategorías de las variables en estudio de acuerdo con la opinión de los entrevistados sobre la responsabilidad social, sus dimensiones y su influencia en el desempeño económico empresarial.

Es interesante observar que, para los entrevistados, aparentemente la principal motivación de las empresas en México hacia su involucramiento en RSE se localizaría dentro del grupo de motivaciones instrumentales (Nadeem & Kakakhel, 2016; Graafland & Van den Ven, 2006), ya que las empresas incorporan de manera estratégica iniciativas de RSE en términos de ganancias, reputación, participación de mercado, crecimiento organizativo y competitividad general. Sin embargo, al reflexionar en que la imagen (positiva o negativa) es otorgada a las empresas por la visión de sus grupos de interés, se considera que las empresas en México se saben dependientes de la sociedad para su supervivencia y crecimiento (Garriga & Melé, 2004), puesto que son los grupos de interés los que están al tanto de las acciones de la empresa. Esto ubicaría a las motivaciones de RSE en México dentro de las teorías integradoras. Es importante señalar que, en el país, al ser las motivaciones de la RSE parte de una estrategia empresarial, de alguna manera pierden el carácter moral y ético propio de la RSE. A su vez, tal y como encuentran Nadeem & Kakakhel (2016), se puede pensar que la falta de adhesión a la causa de la RSE es atribuible a varios factores como la presión de los costes, la falta de recursos financieros, la aptitud de la gestión, entre otros.

Analizando el resultado principal, desde la teoría de *stakeholders*, se podría decir que la RSE es básicamente el resultado de establecer relaciones con actores/entidades que influyen en el negocio. La idea de la motivación de involucrarse en RSE, para algunos empresarios en México se relaciona con el cumplimiento de las demandas y exigencias de la sociedad, porque los diversos grupos de interés observan su comportamiento.

En el caso de la variable desempeño económico, se descubre que para los entrevistados, existe una relación positiva entre las prácticas de RSE y el desempeño económico de las empresas, puesto que consideran que la RSE trae consigo una gran gama de beneficios económicos: internos como ahorro en costos, aumento en la eficiencia de la productividad, entre otros; y, externos como que la empresa se vuelve atractiva para los inversionistas, consumidores, etc. Algunos autores como Friedman (1970) argumentan

que la responsabilidad de las empresas es conducir el negocio de acuerdo con sus deseos, lo que usualmente es ganar dinero. La RSE es entonces un recurso estratégico con el que se pueden obtener resultados como innovación, ventajas competitivas que se transforman en ganancias económicas, de manera que la relación entre RSE y desempeño económico es positiva (Porter & Kramer, 2006; Orlitzky & Swanson, 2012).

La predicción de la relación positiva entre la RSE y el DE se construye o con el enfoque instrumental o con la teoría integradora de los *stakeholders*. Bajo el contexto analizado, se considera que la teoría más adecuada para explicar dicha relación sería la de *stakeholders*. Puesto que, las empresas se han dado cuenta que establecer relaciones de cooperación y confianza con las partes interesadas, permite a la empresa lograr una ventaja competitiva. Esta teoría ve a la RSE como un concepto de satisfacción de necesidades de los grupos de interés como empleados, consumidores, comunidad. Entonces, en México, la atención de una empresa a sus *stakeholders* tiene un efecto positivo en varios aspectos del desempeño de la empresa, lo cual eventualmente se convertirá en un mayor desempeño económico (Barnett & Salomon, 2006; Hillman & Keim, 2001; Luo y Bhattacharya, 2006; Orlitzky et al., 2003).

Dentro de este mismo indicador, el estudio mostró que los participantes opinan que las prácticas de RSE que más influyen en el desempeño económico de una empresa tienen que ver con las relacionadas a las condiciones laborales como, por ejemplo: calidad de vida, salud y seguridad de los empleados; y, al medio ambiente, como prácticas adecuadas al cuidado de éste. Se estima que para las empresas es importante que sus empleados se sientan satisfechos y parte de la empresa; de esta manera, tal y como mencionan en la entrevista, existe menor rotación, ellos son más productivos y eso se transforma en ahorro y beneficios económicos. Así mismo, los expertos consideran que las empresas realizan actividades de RSE hacia el medio ambiente, porque de esa manera evitan el pago de algunas multas, por lo tanto, dicha reserva se convertirá en un beneficio económico.

Respecto a la dimensión social de RSE, en la subdimensión de empleados, el estudio arrojó que para los entrevistados es importante llevar a cabo prácticas de RSE dirigidas a este grupo porque es bueno que los empleados estén satisfechos y motivados para que muestren un compromiso y sean leales a la empresa. Los resultados encontrados en el indicador de prácticas corroboran lo anterior, puesto que las prácticas de RSE dirigidas a los empleados en las que consideran se deben involucrar más tienen que ver con el clima laboral, que exista un ambiente laboral sano donde aparte la empresa se preocupe por su seguridad, prestaciones, capacitación. La interpretación de lo anterior es que un buen clima laboral provoca que el agrado del empleado a la empresa donde labora sea mayor, muestre un mejor rendimiento y se convierte en mayor productividad, lo cual es un beneficio para la empresa. Al igual que Torres (2014), con los resultados obtenidos en el estudio, se determina que, al ser los empleados un activo de la empresa es necesario darles “mantenimiento”, es decir, capacitación, motivación, posibilidad de desarrollo, etc., dado que de lo contrario, se convertirán en pasivos, por el gasto que conlleva la rotación de éstos. Las organizaciones que sepan cómo desarrollar prácticas de RSE hacia sus empleados, contarán con herramientas que marcarán un diferencial competitivo en su propuesta de valor hacia los clientes y hacia la comunidad en general. Se estima también que esto último es importante ya que, si las empresas quieren transmitir una imagen positiva al exterior, ésta debe concordar con lo que sucede hacia el interior de ellas.

Dentro de la misma dimensión social de RSE, en la subdimensión de proveedores, se encontró que para los expertos es importante llevar a cabo prácticas de RSE dirigidas a este grupo por dos aspectos primordiales, fomento de la RSE y conveniencia. Por una parte, las empresas se involucran en este tipo de prácticas para sensibilizar y exhortar a los proveedores a realizarlas. Sin embargo, no dejan de lado que se involucran en ello por el provecho, ya que ello incita a una mejor relación empresa - proveedores, de manera que pueden garantizar un abastecimiento responsable, crear convenios y acuerdos de precios, entregas y pagos, y disminuir el riesgo de comportamientos irregulares. Dentro del indicador de prácticas, se descubrió que las prácticas de RSE dirigidas a proveedores

en las que consideran se deben involucrar son pagos justos y el conocimiento de materia prima. Por un lado, los pagos justos son necesarios, ya que esto favorece y ayuda a que los proveedores se desarrollen dentro de la cadena de valor. Por otro lado, el conocimiento de materia prima al final es una actividad que favorece la imagen de la empresa. Los resultados concuerdan con Xu, Kumar, Shankar, Kannan & Chen (2013) y Puterman (2011), ya que la RSE tiene un papel primordial en la selección de proveedores, esto porque en el entorno actual competitivo, una selección efectiva de proveedores (comportamiento ético, compromiso, materia prima de calidad y amigable con el medio ambiente, etc.) promueve el éxito de cualquier firma, puesto que va ligado con la satisfacción del cliente, posicionamiento de su marca y también con el desempeño de la organización.

Respecto a la dimensión social de RSE, en la subdimensión de consumidores y clientes, el estudio arrojó que los entrevistados opinan que es importante llevar a cabo prácticas de RSE dirigidas a este grupo porque alcanza beneficios como un mejor posicionamiento de su marca. El posicionamiento otorga a la empresa una imagen propia en la mente del consumidor, lo que le hará diferenciarse del resto de su competencia. De manera que, si los consumidores y clientes se sienten atraídos por la empresa, le mostrarán lealtad y la empresa generará mayores ventas. Los resultados encontrados en el indicador de prácticas muestran que las prácticas de RSE dirigidas a los consumidores/ clientes que las empresas consideran que se deben involucrar más tienen que ver con la calidad, precios justos, educación y garantías. Se considera que, cuando la empresa educa a sus clientes sobre temas de consumo responsable o sobre algún tema en particular, crea lazos fuertes con ellos, ya que como se mencionó anteriormente en las motivaciones para las empresas, a éstas les interesa crear una imagen positiva en las mentes de sus consumidores/clientes. Lo mismo sucede con la calidad y los precios justos, más allá del deber ser, cuando a los consumidores/clientes les agrada la calidad y los precios de los productos o servicios, profesan lealtad a la marca e igualmente, esto se traduce en ventajas competitivas que se convertirán en beneficios económicos para la empresa. Entonces, las iniciativas de RSE provocan reacciones positivas en los consumidores, lo cual

ayuda a construir una mejor imagen y reputación a la empresa (Ellen, Webb & Mohr 2006; Nan y Heo, 2007; Sen y Bhattacharya 2001).

Respecto a la dimensión social de RSE, en la subdimensión de comunidad y/o sociedad, el estudio arrojó que para los expertos es importante llevar a cabo prácticas de RSE dirigidas a este grupo porque de esa manera se crean lazos fuertes entre ellos, es decir, la comunidad y/o sociedad aprueba las acciones de la empresa y las apoya, incitando a la permeabilidad de los valores de la empresa en ella. Los resultados encontrados en el indicador de prácticas señalan que las prácticas de RSE dirigidas a la comunidad y/o sociedad en las que consideran se deben involucrar más son aquellas en las que se crea un beneficio mutuo. Por ejemplo: la empresa ofrece campañas de salud, de manera que puede obtener gente sana que quiera laborar para ellos; la empresa hace campaña de limpieza en cierta área, de manera que queda bien posicionada en la mente de la sociedad; y así sucesivamente. Tal y como señala la teoría de los *stakeholders*, la realidad es que las empresas son estimuladas por sus grupos de interés para adoptar un comportamiento social más integral, creando así un equilibrio entre rentabilidad y contribución positiva a la comunidad local.

Respecto a la dimensión medio ambiente (MA) de RSE, el estudio arrojó que para las empresas es importante llevar a cabo prácticas de RSE dirigidas al MA porque de esta manera, principalmente, dejan una buena impresión en sus *stakeholders*. Los resultados encontrados en el indicador de prácticas muestran que las prácticas de RSE dirigidas al MA en las que las empresas consideran se deben involucrar son aquellas relacionadas con la reforestación, el cuidado de agua y el control de emisiones. Cabe señalar, que tal y como mencionan Porter & Kramer (2006), la RSE puede tomarse como una “obligación moral” que puede consentir el hecho de evitar sanciones y al analizar los resultados, el involucramiento en prácticas de RSE dirigidas al MA, además de crear una imagen positiva en sus grupos de interés, provoca que las empresas eviten algunas multas medioambientales y reduzcan gastos dado que minimizan el uso de agua, gas, energía,

entre otros. En esta medida, se concuerda con Wood (1991), quien considera dichas acciones como parte de una “RSE responsiva” en la que la empresa, en correspondencia con las partes interesadas, opera como buen residente con el fin de evitar efectos negativos en el ambiente.

8.4 Análisis y discusión de resultados cuantitativos

8.4.1 Análisis y discusión de resultados descriptivos

Los resultados descriptivos señalan que las empresas en México se involucran primeramente en actividades hacia su público interno. De acuerdo con Calderón, Álvarez & Naranjo (2011), la gestión humana se está convirtiendo en apoyo para la competitividad de las organizaciones. Se debe destacar que los empleados de una empresa son un recurso clave, puesto que son los que operan en ella y su eficiencia lleva a la empresa al éxito o al fracaso. Cubillos (2015) menciona que el uso de estrategias adecuadas en capital humano se puede convertir en ventaja competitiva.

A su vez, las empresas muestran en sus informes que las actividades de RSE más realizadas dirigidas hacia este grupo son aquellas relacionadas con las oportunidades iguales, es decir, enfatizan en circunstancias equivalentes para mujeres y hombres como, por ejemplo: similitud de mujeres y hombres en la participación laboral, promoción de igualdad de géneros, remuneración justa e igualitaria para ambos sexos (GRI & IFC, 2009). Mientras que, la actividad que menos reportan tiene que ver con las compensaciones y beneficios (salario, bonificaciones, incentivos, pensiones, etc.) que les otorgan a los trabajadores a lo largo del año y de su estancia en la empresa. De acuerdo con Deloitte (2018), el que una empresa atraiga y retenga al mejor talento, implica construir una marca fuerte e inspiradora, es por ello, que las organizaciones ahora consideran a las acciones de responsabilidad social como parte de su estrategia, puesto que se han dado cuenta que hoy en día, la reputación juega a favor o en contra de su sustentabilidad financiera (p.38).

En segundo lugar, las empresas se involucran en actividades dirigidas al medio ambiente. La actividad más reportada es aquella que tiene que ver con el cuidado del agua (utilización, extracción, reutilización, etc.). La actividad en la que menos reflejan involucramiento es la utilización de materias primas recicladas. Babiak & Trendafilova (2011) encuentran que los motivos principales de las empresas para adoptar prácticas de gestión ambiental tienen que ver con estrategia y legitimidad. El que una empresa se preocupe por su impacto al ambiente es bien visto y le da una buena reputación. Por otro lado, en México, existe la Ley de Protección al Medio Ambiente y tenemos organismos reguladores del cuidado ambiental como la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), la cual se encarga de garantizar un desarrollo sostenible y un equilibrio ambiental. Nuevamente, sobresale la idea de que las prácticas de RSE en México, más allá del valor ético y moral, son utilizadas por las empresas como estrategia de negocio. En este caso, lo que buscan las organizaciones es evitar multas, las cuales son muy caras y, al mismo tiempo, quedar bien frente a sus grupos de interés.

En tercer lugar, las empresas se involucran en actividades de RSE dirigidas hacia la comunidad local, donde lo que mayormente reportan es el soporte que dan a las actividades educativas y a lo que menos le dedican es al apoyo e inversiones al medio ambiente. Cuando se trata de comunidad local, las empresas muchas veces otorgan soporte en ciertas actividades mediante donaciones, al interpretar el por qué, surge el tema de la relación entre RSE con el pago de impuestos, aproximando así el tema de la deducción de impuestos a las que pueden acudir las empresas al realizar este tipo de ejercicios. De acuerdo con (Hinojosa Cruz, 2012), el pago de impuestos en el país genera a los empresarios un malestar debido a varias razones, entre ellas: 1) su imposición u obligatoriedad; 2) su poco claro beneficio social y 3) una baja credibilidad en la autoridad. La relación entre estos temas tiene argumento en que CEMEFI, en su página web, publica la lista de las donatarias autorizadas por el Servicio de Administración Tributaria (SAT) que emiten recibos deducibles de impuestos. Al año 2018, existía una lista de 11318 donatarias autorizadas a nivel nacional.

El debate se encuentra en, si una empresa puede ser considerada socialmente responsable si acude al sistema de donativos con la única intención de deducir este gasto de sus impuestos. En México, el Estado es el único facultado para determinar que las decisiones tomadas lícitamente, provocan la disminución de la carga fiscal (Hinojosa Cruz, 2012). Sin embargo, una empresa socialmente responsable debería atender al pago correcto de impuestos derivado legítimamente de su razón de negocios, sin elusión fiscal.

En cuarto lugar, las empresas dirigen sus actividades hacia los consumidores, donde lo que más realizan en los informes de RSE es una descripción detallada de sus productos o servicios y en lo que menos se implican es en la privacidad de la información de los consumidores/ clientes. Siguiendo con la teoría de los *stakeholders*, las empresas realizan actividades de RSE de manera estratégica para mejorar su reputación. Esta reputación es construida por los *stakeholders* a través de las percepciones de las actividades realizadas por dichas organizaciones (Schweizer & Wijnberg, 1999).

Analizando los resultados anteriores, para las empresas es muy importante que los consumidores conozcan específicamente su producto o servicio, de manera que tengan una imagen positiva de ellas y ganen cierto posicionamiento, lo que se vuelve una ventaja competitiva. No obstante, al dejar en tercer y cuarto lugar a los grupos de interés comunidad local y consumidores/ clientes, se puede destacar que, en México, dichos ejercen menor presión a diferencia de países europeos. Como menciona Vives (2008), en Europa se percibe una fuerte influencia de las partes interesadas, mientras que, en Latinoamérica, existe un gran subdesarrollo de dichas partes. Pese a que va en aumento, otro factor que provoca la poca participación de estos grupos en México es el hecho de que, a diferencia de países europeos, en este país la desigualdad es un gran problema.

A su vez, la teoría de Inglehart podría explicar también dicho comportamiento, ya que considera que los valores cambian de materialistas (de escasez/ supervivencia) a los postmaterialistas (de autoexpresión y emancipación) en las poblaciones a medida en que

se desarrollan y se proporciona mayor seguridad personal y económica a la sociedad (Nicolás, 2011). México se encuentra en el estado de valores materialistas, pues aún lucha ante las desigualdades, desempleo y otras carencias existentes. Esto, hace que la sociedad deje de lado las preocupaciones más allá del obtener lo que necesitan primordialmente para lograr una seguridad personal. No obstante, las demandas y las quejas de la sociedad en México surgen en el momento en que ésta es directamente afectada, en este caso, por alguna empresa.

Por último, las empresas dedican actividades de RSE dirigidas a sus proveedores, donde a lo que más le dan importancia es a la realización de prácticas y negocios justos, pero no tanto a la estimulación en la formación de este grupo. De acuerdo con Puterman (2011), los proveedores son considerados como factor clave en el éxito de la gestión empresarial. Dentro de la norma ISO 260000, el tema de los proveedores es fundamental. Como se observa en los resultados, las empresas en México se preocupan poco por este aspecto. No obstante, las que lo hacen, tratan de que exista un negocio justo, es decir, que ambas partes ganen. En otras palabras, el involucramiento de prácticas de RSE ante este grupo de interés sería como una conveniencia. El pensamiento de las empresas en México sería que es bueno que el proveedor este de satisfecho con el trato que recibe porque de esa manera obtienen su producto o materia prima en tiempo y forma, de manera que con él pueden llevar a cabo su operación sin contratiempo alguno.

Hasta este punto, la teoría de los *stakeholders*, como parte de las teorías integradoras, ayuda con la interpretación de los resultados. En México, la RSE es vista como un medio o estrategia para lograr una reputación, una lealtad y un posicionamiento superiores, otorgados por sus grupos de interés, lo que provoca un aumento en sus resultados económicos y maximiza la riqueza de los accionistas. También destaca que, ante cualquier situación, por el hecho de que las empresas otorguen mayor importancia a su público interno y al medio ambiente, lo que se pretende con el involucramiento en actividades de RSE es legitimación puesto que, las empresas reflejan respeto ante la existencia de la Ley

Federal de Trabajo y la Ley de Protección al Medio Ambiente. No obstante, más que el apego a las normas jurídicas, se asume que las organizaciones desean evadir el pago de multas elevadas por infringirlas.

8.4.2 Análisis y discusión de resultados estadísticos

La literatura sobre la relación entre RSE y desempeño económico demuestra la inexistencia de un consenso en los resultados. Por ello, en el principio de esta investigación, se planteó como uno de los objetivos específicos el establecimiento del grado de involucramiento en RSE como factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables que operan en México. Los resultados muestran que en el indicador ROA de desempeño económico, el grado de involucramiento en RSE resulta significativo, pero de manera negativa, es decir, las empresas analizadas obtienen retornos negativos por cada peso invertido en sus activos. Dicho resultado se puede explicar con lo encontrado por Vance (1975) y por Wright & Ferris (1997), quienes mencionan que en estudios de mercado a corto plazo, un comportamiento responsable puede tener una desventaja competitiva, puesto que se tienen costos innecesarios implicados en la adquisición de nuevos equipos que no dañen el ambiente, en la aplicación de controles de calidad más estrictos, en el pago de cursos de capacitación a empleados, entre otros (Tsoutsuoura, 2004); y ello, provoca una reducción en las ganancias (Waddock & Graves, 1997). Tsoutsuoura (2004) menciona que, en la mayoría de los casos, los costos y los beneficios de involucrarse en RSE no están alineados, es decir, los costos son inmediatos pero los beneficios no.

En el estudio, también se estableció si la dimensión ambiental y la dimensión social de RSE (independientemente) son factores determinantes en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables que operan en México. Los resultados demuestran que la dimensión medio ambiental de RSE impacta de manera significativa pero negativamente en el ROE y se concuerda con Elsayed & Paton (2005) en que el

desempeño medioambiental no es determinante en el desempeño económico. Por otro lado, se encontró que la dimensión social impacta igualmente de manera significativa pero negativamente en el ROA. Estos resultados cumplen con lo que Preston & O'Bannon (1997) llama hipótesis del "*trade off*" en donde la rentabilidad económica desciende a medida que aumentan las prácticas socialmente responsables. Desde la corriente neoclásica de Friedman (1970), los resultados obtenidos reflejan que cuando las empresas se involucran en diversas actividades de RSE, éstas intervienen como un costo adicional y reducen la rentabilidad de ellas (Aupperle et al., 1985).

Otro objetivo específico de estudio es establecer si la experiencia en RSE es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables que operan en México. En los resultados se obtiene totalmente que la experiencia en RSE determina significativamente y de manera positiva a los indicadores de ROA y ROE de desempeño económico. En contradicción con los resultados anteriormente encontrados, cuando una empresa tiene varios años dedicando estrategias de RSE hacia sus grupos de interés, el retorno económico es positivo; de manera que, se concuerda con la relación positiva entre RSE y el desempeño económico encontrada en la literatura (Margolis & Walsh, 2003; Meiseberg & Ehrmann, 2012; Orlitzky, Schmidt & Rynes, 2003). De acuerdo con Congote (s/f) si una empresa tiene una responsabilidad ética, la convicción con la que opere hará más duradera, estable y consistente su desempeño, puesto que sus acciones serán oportunas más que oportunistas. Se coincide también con Tsoutsuoura (2004), quien señala que, los beneficios de involucrarse en RSE no son inmediatos.

Siguiendo con lo anterior, el implementar esfuerzos de RSE con orientación a los grupos de interés tiene un impacto en el comportamiento de cada uno de ellos y se provoca una mejora en los ingresos y ganancias (Waddock & Graves, 1997). En este sentido, el que una empresa tenga buenas relaciones con sus grupos de interés es valioso y mejora su rendimiento. En otras palabras, es provechoso construir una confianza con los consumidores, socios, empleados, comunidad local (grupos de interés).

Por otro lado, esta investigación también tuvo como objetivo específico establecer si el tamaño es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables en México. Los resultados señalan que el tamaño sólo es significativo, pero de manera negativa en el ROE. Esto quiere decir, que las empresas entre mayor sean, obtienen menores porcentajes de ROE; en otras palabras, los accionistas obtienen menores ganancias. Una disminución del ROE puede significar que la gerencia está tomando malas decisiones sobre la reinversión de capital en activos improductivos. Las empresas grandes tienden a involucrarse en más iniciativas de RSE que las empresas pequeñas (McWilliams & Siegel, 2001; Waddock & Graves, 1997). Esto combinado con el resultado de que el desempeño económico se ve desfavorecido ante la implicación de la empresa en diversas prácticas de RSE, podría explicar por qué también el desempeño económico se ve afectado por el tamaño.

Un último objetivo específico de esta investigación fue el establecer si el sector es un factor determinante de desempeño económico en las empresas socialmente responsables en México. Los resultados señalan que, de manera general, el sector es un factor determinante significativo y de manera positiva en los indicadores ROA de desempeño económico. De manera, que las empresas pertenecientes al sector industrial obtienen mejores porcentajes de ROA y ROE, concordando con Wong (1995) quién considera que sectores de manufactura cuentan con mejor rotación de activos, puesto que tienen mayor maquinaria y equipo y le sacan mayor provecho que empresas pertenecientes al sector servicios, quienes tienen pocos o casi nulos activos.

Es importante destacar, que de acuerdo con Mayoral & Segura (2011), el ROE tiene como determinante el tamaño, sin embargo, se debe tener cuidado al estudiarlo por la diversidad sectorial, puesto que la comparación de empresas de diferentes sectores podría causar conclusiones erróneas, ya que el rendimiento del capital difiere en función de muchos aspectos propios de cada sector.

En la tabla 8.1, se hace un consenso de las hipótesis propuestas en el estudio y su estado final.

Tabla 8.1 Hipótesis propuestas y estado.

	Hipótesis	M1		M2		Estado
		ROA	ROE	ROA	ROE	
H1	El grado de involucramiento en Responsabilidad Social Empresarial es un factor determinante en el desempeño económico de empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales que operan en México.	-	NS			Parcialmente aceptada
H2	La dimensión Medio Ambiente de RSE es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales que operan en México.			NS	-	Parcialmente aceptada
H3	La dimensión social de RSE es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales que operan en México.			-	NS	Parcialmente aceptada
H4	La experiencia en RSE es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales que operan en México.	+	+	+	+	Aceptada
H5	El tamaño es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales que operan en México.	NS	-	NS	-	Parcialmente aceptada
H6	El sector es un factor determinante en el desempeño económico de las empresas socialmente responsables, extranjeras y nacionales que operan en México	+	+	+	NS	Parcialmente aceptada

Fuente: elaboración propia. “+” representa impacto significativo y positivo. “-” representa impacto significativo y negativo. NS: No significativo.

Como se puede observar en la tabla 8.1 sólo se acepta totalmente la hipótesis 4. Las hipótesis 1,2, 3, 5 y 6 son parcialmente aceptadas.

8.5 Análisis de diferencias y semejanzas entre los resultados cualitativos y cuantitativos

A continuación, en la tabla 8.2 se presenta una contrastación entre aquellos resultados, que son netamente comparables, de las fases cualitativa y cuantitativa de estudio.

Tabla 8.2 Semejanzas y diferencias entre los resultados cualitativos y cuantitativos

Categoría	Semejanzas	Diferencias
Relación RSE y DE	En ambas fases, en general, se encuentra una relación positiva entre la RSE y el desempeño económico	En la fase cuantitativa, se encuentra una relación negativa, a corto plazo, entre el mayor involucramiento en actividades de RSE y el desempeño económico de las empresas
Prácticas de RSE mayormente utilizadas	Cuidado del medio ambiente Condiciones laborales	-
Prácticas de la dimensión ambiental de RSE más utilizadas	Cuidado del agua	-
Prácticas de la dimensión ambiental de RSE menos utilizadas	Reciclaje	-
Prácticas de RSE dirigidas al público interno más utilizadas	-	Fase cualitativa: Clima laboral Fase cuantitativa: Oportunidades iguales
Prácticas de RSE dirigidas al público interno menos utilizadas	-	Fase cualitativa: Voluntariado Fase cuantitativa: Compensaciones y beneficios
Prácticas de RSE dirigidas a consumidores más utilizadas	-	Fase cualitativa: Calidad Fase cuantitativa: etiquetado del producto
Prácticas de RSE dirigidas a consumidores menos utilizadas	-	Fase cualitativa: Garantías Fase cuantitativa: Privacidad de los consumidores
Prácticas de RSE dirigidas a proveedores más utilizadas	-	Fase cualitativa: Conocimiento de materia prima Fase cuantitativa: Prácticas justas
Prácticas de RSE dirigidas a proveedores menos utilizadas	-	Fase cualitativa: Erradicación de trabajo infantil Fase cuantitativa: Estimulación en la formación
Prácticas de RSE dirigidas a comunidad local más utilizadas	-	Fase cualitativa: Soporte en cultura y recreación Fase cuantitativa Soporte en actividades ambientales
Prácticas de RSE dirigidas a comunidad local menos utilizadas	-	Fase cuantitativa: soporte en actividades deportivas

Fuente: elaboración propia

Como se puede observar en la tabla 8.2, existe heterogeneidad en la mayoría de los resultados encontrados entre las fases cualitativa y cuantitativa. Sin embargo, se encuentran algunas semejanzas, entre las que destaca que el estudio cualitativo dio indicios de la existencia de una relación positiva entre la RSE y el DE, los cuales se comprobaron en la fase cuantitativa, pero mediante la experiencia de las empresas en RSE, ya que se encontró que entre más años lleven las empresas involucrándose en aspectos socialmente responsables, su desempeño económico es superior. Ya que, por otro lado, también se encontró que entre más actividades de RSE se dedique una empresa, su desempeño económico disminuye.

Otra semejanza encontrada en ambas fases es el hecho de que las prácticas de RSE dirigidas al medio ambiente y hacia el público interno son las consideradas como más importantes por los entrevistados y en las que más reflejan involucrarse las empresas en sus informes. Desde el análisis cualitativo, para los entrevistados, éstas son las actividades de RSE que más influyen en el desempeño económico de las empresas. Desde un análisis teórico, los empresarios y directivos se dedican a dichas prácticas de manera estratégica, para evitar multas o sanciones por el incumplimiento de algunas normas laborales o ambientales (Porter & Kramer, 2006). Es importante resaltar que, en México existen normas y leyes que protegen tanto los derechos de los trabajadores como al medio ambiente. El incumplimiento de dichas legislaciones provoca excesivas multas y largos procesos burocráticos. Por lo que se piensa, que la RSE es utilizada por las empresas que operan en México como un móvil para evitar insatisfacciones en sus grupos de interés, porque conocen su poder y no quieren arriesgarse a perderlos, así como también para ganar legitimidad y librarse del pago de elevadas multas.

Una última semejanza encontrada refiere a las prácticas de RSE dirigidas al medio ambiente. En ambas fases se encuentra el cuidado del agua como práctica más importante hacia el ambiente. Por otro lado, la práctica de RSE menos mencionada por los entrevistados y la que menos reflejan las empresas en sus reportes es la del reciclaje. Esto

se puede explicar con lo que Vives (2008) menciona respecto a que en países de América Latina, se sabe que el cuidado del medio ambiente es importante pero la preocupación por el reciclaje no es una prioridad como en países europeos. En Latinoamérica se cuentan con políticas inestables y existen preocupaciones por resolver problemas cotidianos como la pobreza y el desempleo. El desperdicio del agua afecta inmediatamente en diversos sectores de la población mientras que el hecho de reciclar no ocasiona impacto a simple vista por los ciudadanos y empresarios. Es por ello, que se considera que, en México, el reciclaje no es tan importante como el cuidado del agua.

8.6 Conclusiones

Al estudiar sobre la relación entre la RSE y el desempeño económico de las empresas, se encontró que la experiencia en prácticas socialmente responsables genera beneficios económicos para las empresas de mayor rendimiento en el país. Lo anterior indica que, empresas con mayor capacidad financiera se ven beneficiadas por la voluntad que presentan para cambiar sus procesos de negocio e implementar prácticas innovadoras en sentido de la RSE persistentes en el tiempo. Desde la perspectiva de la teoría de los *stakeholders*, la RSE puede generar un valor sostenido dependiendo de su relación con varias partes interesadas.

La investigación también señala que, el involucrarse en distintas actividades de RSE afecta negativamente el desempeño económico de las empresas. A su vez, el estudio presenta que existe una variación en los resultados dependiendo el indicador financiero utilizado, cuando la variable independiente es dimensión ambiental de RSE, dimensión social de RSE, tamaño y sector.

Por otro lado, sobresale la preocupación principal que las empresas muestran hacia su público interno y hacia el medio ambiente. Se considera que, para las empresas en el país, tal inquietud deriva de la existencia de la Ley Federal de Trabajo y la Ley Federal de

Protección al Ambiente, puesto que, en caso de no cumplirlas, existen altas multas y sanciones, largos procesos burocráticos, además de que se daña su imagen ante sus grupos de interés. Se estima que también algunas empresas confunden RSE con filantropía puesto que, los resultados presentan que, en el país, las empresas intentan actuar a favor de la sociedad con acciones que van más allá de su razón de negocio, muestra de ello es que las prácticas dentro de la comunidad local tienen que ver sugerentemente con donaciones.

Es difícil conocer el verdadero interés del por qué una empresa se involucra en actividades de RSE, en la literatura se encuentran posiciones que resultan contrarias. Hoy en día existe el *greenwashing*, aunque también pueden existir las empresas comprometidas con un propósito ético. Como menciona Congote (s/f), pensar que las prácticas de RSE se basan en una responsabilidad ética es tal vez un ideal. Sin embargo, puede existir un punto en el que, sin dejar de lado el egoísmo humano, las empresas sean capaces de lograr una responsabilidad subjetiva, en la que se den cuenta que cuidando de otros también pueden cuidar de sí. A su vez, Schvarstein (2003) considera que el premio que da la sociedad a una empresa por operar adecuadamente es su rentabilidad.

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

Los resultados sugieren que 61.4% de las empresas analizadas reflejan un involucramiento en RSE, frente a un 38.6% que no lo hace. A su vez, de las empresas con RSE, la mayoría son de origen internacional (52%). Por el contrario, de las empresas sin reflejo de actividades de RSE, la mayoría son de origen nacional (66%).

La evidencia apunta también, a que de las empresas analizadas que tienen RSE, solo el 43.65% da a conocer sus prácticas mediante informes o reportes de sostenibilidad o RSE, siendo en su mayoría, empresas de origen internacional (58.96%).

Así mismo, se encuentra una heterogeneidad en las prácticas de RSE en las que cada empresa participa. No obstante, la mayoría de las compañías muestra primordial interés en dirigir sus actividades socialmente responsables hacia el público interno y el medio ambiente y que, a su vez, desde la opinión de los entrevistados, estas acciones son las que más influyen en su desempeño económico. Mientras que, la dirección de actividades de este tipo hacia los proveedores muestra mayor rezago.

Se encuentra también, que los temas de oportunidades iguales en los empleados, el cuidado del agua dentro del medio ambiente, el soporte a actividades educativas a la comunidad local, el detallar el producto o servicio al consumidor y las prácticas y negocios justos hacia los proveedores son de interés primordial para las empresas. Por el contrario, los temas de compensaciones y beneficios de los empleados, el uso de materias primas recicladas, inversión en cuestiones ambientales en la comunidad local, la privacidad de los consumidores y la estimulación en la formación de los proveedores aún no son cuestiones prioritarias en los reportes de sostenibilidad de las empresas.

Por otro lado, el análisis estadístico demuestra que, en general, las variables experiencia en RSE y sector empresarial determinan positiva y significativamente al desempeño

económico de las empresas. A su vez, el tamaño y la dimensión medio ambiente de RSE determinan negativa y significativamente al indicador ROE de desempeño económico. Por otro lado, las variables grado de involucramiento en RSE y dimensión social de RSE determinan negativa y significativamente al indicador ROA de desempeño económico. Como se puede observar, fuera de la variable independiente de experiencia en RSE, existe variabilidad en los resultados, dependiendo el indicador de desempeño económico utilizado.

La literatura y los resultados indican que, en México, las empresas se están comprometiendo con la sociedad y con el medio ambiente, aparentemente, desde una visión estratégica de negocio, utilizando a los *stakeholders* y centrándose en los beneficios y ganancias económicas. Sin embargo, en lugar de generalizar, se reflexiona sobre la existencia de una dificultad para conocer el verdadero motivo de que las organizaciones se impliquen en prácticas socialmente responsables, ya que podrían existir algunas que lo hacen realmente por la ética que ello conlleva. Sea cual sea la motivación, las empresas están generando movilizaciones por sus iniciativas sociales y medio ambientales y se espera que su involucramiento no sea sólo una “pantalla”, sino que sean verdaderamente conscientes de que dichas actividades sirven para alcanzar un equilibrio, de manera que, tanto la sociedad como el planeta y ellas mismas salgan beneficiadas. Como dicen Kotler, Hessekiel & Lee (2012), “es posible construir un mundo mejor y hacer dinero al mismo tiempo”.

Limitaciones de la investigación

Esta investigación no está exenta de limitaciones y se considera importante mencionarlas. Surgieron limitaciones en 1) la recolección de datos, 2) tiempo de los datos y 3) la generalización de los resultados.

- 1) Recolección de datos. Para la primera fase del estudio (cualitativa), se consiguieron solo 5 entrevistas. La identificación de los participantes no fue complicada, lo difícil fue lograr efectivamente las entrevistas. Diversos miembros tomados en cuenta para el estudio aceptaban participar, pero cuando se trataba de localizarlos en la fecha, hora y lugar acordados, se perdía el contacto. Sin embargo, con los entrevistados se cumple el criterio de saturación, dándole fortaleza suficiente a esta fase. Por otro lado, para la segunda fase de estudio (cuantitativa), no fue fácil obtener datos referentes al desempeño económico de las empresas, no obstante, se trabajó con aquellos indicadores que han sido utilizados en otras investigaciones y en los que más datos se consiguieron, logrando reunir una muestra suficiente para la aplicación de la técnica estadística utilizada.
- 2) Tiempo de los datos. En este estudio, se trabajó solamente con datos obtenidos en 2017 pero reportados al año 2016 por la revista Expansión. Esta es una limitación, puesto que solo se observa el comportamiento en un año específico, se recomienda utilizar, en futuros estudios, datos de diversos años consecutivos para hacer un análisis de panel y obtener resultados de mayor profundidad.
- 3) Generalización de los resultados. Esta investigación se enfocó a nivel nacional y a diversos rubros de la actividad económica agrupado en dos (industria y otros (comercio y servicios), por lo que se deberían realizar estudios más específicos, ya sea por zona geográfica o por estado y, por tipo de industria y tipo de servicio.

Futuras líneas de investigación

Después de revisar la literatura, la importancia de la responsabilidad social empresarial a nivel mundial, así como la etapa incipiente en la que se encuentra México al respecto, es evidente. Por ello, se sugieren algunas prometedoras futuras líneas de investigación:

- Seguir con la evaluación del impacto de la responsabilidad social en el desempeño económico de las empresas, profundizando el análisis de contenido de informes de

RSE y utilizando otros indicadores de desempeño financiero como, por ejemplo: el crecimiento de ventas, la Q de Tobin, el ROS. Lo anterior, apoya en la aportación de conocimiento más específico y se podría ir delimitando una tendencia sobre el caso de México. Así mismo, se pueden realizar dichas investigaciones con muestras más amplias por sector y por tamaño específicos.

- Por otro lado, seguir estudiando si el origen de las empresas está asociado a las estrategias de RSE que éstas llevan a cabo. No sólo medir el origen como nacional o internacional, sino también tomar en cuenta el país de origen, regiones o continentes.
- A su vez, la literatura menciona que existen distintos beneficios que la RSE trae consigo, no sólo en el aspecto económico. Por lo tanto, estudiar el impacto de la RSE en la reputación corporativa sería una línea interesante. También, sería significativo evaluar qué tan partícipes son los grupos de interés en las actividades que las empresas dirigen hacia ellos. En esta misma línea, sería relevante estudiar qué tanto se permean los valores que las empresas promueven en sus distintos *stakeholders*.
- Otra investigación que se puede derivar de, sería profundizar sobre el verdadero motivo del involucramiento en RSE. Analizar si las empresas se involucran en este tipo de prácticas porque están convencidas y actúan bajo el sentido ético del concepto o sólo lo hacen por los beneficios que ésta otorga. A su vez, se podría tomar en cuenta la deducción de impuestos como motivo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abbott, W. F., & Monsen, R. J. (1979). On the measurement of corporate social responsibility: Self-reported disclosures as a method of measuring corporate social involvement. *Academy of management journal*, 22(3), 501-515.
- Abela, J. A. (2002). Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada.
- Ackerman, R. (1973). How companies respond to social demands. *Harvard Business Review*, 88–98.
- Acquier, A., Gond, J. P., & Pasquero, J. (2011). Rediscovering Howard R. Bowen's legacy: The unachieved agenda and continuing relevance of social responsibilities of the businessman. *Business & Society*, 50(4), 607-646.
- Adams, C. A., & Harte, G. (1998). The changing portrayal of the employment of women in British banks' and retail companies' corporate annual reports. *Accounting, Organizations and Society*, 23(8), 781-812.
- AENOR, 2005. UNE-EN-ISO 9000. Sistemas de gestión de la calidad. *Fundamentos y vocabulario*.
- Agle, B. R. & Mitchell, R. K. 1999. Who Matters to CEOs? An Investigation of Stakeholder Attributes and Salience, Corporate Performance and CEO Values. *Academy of Management Journal* 42(5), 507– 526.
- Aguilar, A. (2013). *Panorama de la responsabilidad social en México*. ResponSable.
- Aiken, Lewis (2003). *Test psicológicos y evaluación*. México: Pearson Education.
- Aldrich, H. E. & Pfeffer, J. (1976). Environments of Organizations. *Annual Review of Sociology*, vol. 2 (Annual Reviews, Palo Alto, CA), pp. 79–105.
- Allouche, J., & Laroche, P. (2005). A meta-analytical investigation of the relationship between Corporate Social and Financial Performance. *Revue De Gestion Des Ressources Humaines*, 57, 18–41.
- Alonso-Almeida, M. D. M., Rodríguez García, M. D. P., Alejandro, C., Aimer, K., & Abreu Quintero, J. L. (2012). La responsabilidad social corporativa y el desempeño

- financiero: un análisis en empresas mexicanas que cotizan en la bolsa. *Contaduría y administración*, 57(1), 53-77.
- Alonso-Almeida, M. del M., Llach, J., Marimon, F., 2013. A Closer Look at the “Global Reporting Initiative” Sustainability Reporting as a Tool to Implement Environmental and Social Policies: A Worldwide Sector Analysis: Closer Look at Global Reporting Initiative Diffusion. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*.
- Ander-Egg, E., & Aguilar M.J. (1995). *Diagnóstico social: conceptos y metodología*. Lumen.
- Andersen, M. L. & Dejoy, J. S. (2011). Corporate social and financial performance: the role of size, industry, risk, R&D and advertising expenses as control variables. *Business and Society Review*, vol. 116, pp. 237 - 256.
- Annandale, D. y R. Taplin (2003). The determinants of mining company response to environmental approvals regulation: A report of australian research. *Journal of Environmental Planning and Management*. 46 (6): 887–909.
- Antolín, M.N. & Gago, R.F., 2004. Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management. *Universia Business Review* 1, 28–39.
- Aragón-Correa, J. A. (1998). Strategic proactivity and firm approach to the natural environment. *Academy of management Journal*, 41(5), 556-567.
- Aupperle, K. E., Carroll, A. B., & Hatfield, J. D. (1985). An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability. *Academy of management Journal*, 28(2), 446-463.
- Awan, U., Khattak, A., & Kraslawski, A. (2019). Corporate Social Responsibility (CSR). Priorities in the Small and Medium Enterprises (SMEs) of the Industrial Sector of Sialkot, Pakistan. In *Corporate Social Responsibility in the Manufacturing and Services Sectors* (pp. 267-278). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Babiak, K., & Trendafilova, S. (2011). CSR and environmental responsibility: motives and pressures to adopt green management practices. *Corporate social responsibility and environmental management*, 18(1), 11-24.

- Baena, V. (2018). International franchise presence and intensity level: profile of franchisors operating abroad. *Management Research Review*, Vol. 41 Issue: 2, pp.202-224.
- Bansal, P. (2005). Evolving Sustainably: A Longitudinal Study of Corporate Sustainable Development. *Strategic Management Journal*. 26, pp. 197-218.
- Barkemeyer, R., 2009. Beyond compliance – below expectations? CSR in the context of international development. *Business Ethics: A European Review* 18, 273–289. doi:10.1111/j.1467-8608.2009.01563.
- Barnett, M. & Salomon, R. (2006). Beyond dichotomy: the curvilinear relationship between social responsibility and financial performance. *Strategic Management Journal*, vol. 27, pp. 1101 – 1122.
- Barney, J. 1991. Firm Resource and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*. 17, 99– 120
- Barria, C. (2019). 4 pasos para "reinventar el capitalismo" y por qué es urgente hacerlo, según uno de los cursos más populares de la Escuela de Negocios de Harvard. *BBC News Mundo*. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-48096658>
- Barroso Tanoira, F. G. (2008). La responsabilidad social empresarial: un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y administración*, (226), 73-91.
- Beattie, V., & Thomson, S. J. (2007, June). Lifting the lid on the use of content analysis to investigate intellectual capital disclosures. In *Accounting forum* (Vol. 31, No. 2, pp. 129-163). Taylor & Francis.
- Belkaoui A.R. & Karpik, P.G. (1989). Determinants of the corporate decision to disclose social information. *Accounting, auditing and accountability journal*. 2(1): 36-51.
- Bendheim, C. L., Waddock, S. A., & Graves, S. B. (1998). Determining best practice in corporate-stakeholder relations using data envelopment analysis: An industry-level study. *Business & Society*, 37(3), 306-338.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*, Free Press, Glencoe.

- Berman, S. L., A. C. Wicks, S. Kotha and T. M. Jones. 1999. Does Stakeholder Orientation Matter? The Relationship between Stakeholder Management Models and the Firm Financial Performance. *Academy of Management Journal*. 42(5), 488–509.
- Bernal, J.A. (2016). *Responsabilidad Social Corporativa: Análisis de los modelos normalizados y creación de un nuevo modelo integrado de organización empresarial en empresas de ámbito tecnológico* (Tesis doctoral). Universidad Politécnica de Cartagena, Cartagena, España.
- Bernstein, P. L. (1996). *Against the Gods: The Remarkable Story of Risk*. New York: John Wiley & Sons.
- Beschorner, T., & Müller, M. (2007). Social Standards: Toward an Active Ethical Involvement of Businesses in Developing Countries. *Journal of Business Ethics*. 73, 11–20.
doi:10.1007/s10551-006-9193-3
- Bowen, H. R., & Johnson, F. E. (1953). *Social responsibility of the businessman*. Harper.
- Brammer, S., Brooks, C. & Pavelin, S. (2006). Corporate social performance and stock returns: UK evidence from disaggregate measures. *Financial Management*, autumn 97-116.
- Brunk, K. H., & Blümelhuber, C. (2011). One strike and you're out: Qualitative insights into the formation of consumers' ethical company or brand perceptions. *Journal of Business Research*, 64(2), 134-141
- Buhr, N. (1998). Environmental performance, legislation and annual report disclosure: the case of acid rain and Falconbridge. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 11(2), 163-190.
- Bull, B. (2003). *Corporate Social Responsibility: The norwegian experience*. Paper prepared for the initiative on ethics and development. The Inter-american development bank. www.iadb.org
- Burke, L. & Logsdon J.M. (1996). How Corporate Social Responsibility Pays Off. *Long Range Planning*. 29(4), 495–503.
- Buyse, K., & Verbeke, A. (2003). Proactive environmental strategies: A stakeholder management perspective. *Strategic management journal*, 24(5), 453-470.

- Cabeza-García, L., Martínez-Campillo, A. y Marbella-Sánchez, F. (2010). Análisis de la relación entre los resultados sociales y económicos de las cajas de ahorros españolas: un caso de responsabilidad social corporativa. *Innovar*, vol. 20, pp. 33-46.
- Cadbury, A. (2006). Corporate social responsibility. *Twenty-First Century Society*, 1(1), 5-21.
- Cajiga, F. (2011). El concepto de responsabilidad social empresarial. México: Centro Mexicano para la Filantropía.
- Calderón, G., Álvarez, C. y Naranjo, J. (2011). Papel de gestión humana en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial, *Estudios Gerenciales*, 27(118), 163-188.
- Canales, M. C. (2006). Metodologías de investigación social. *Santiago de Chile: LOM*.
- Cancino del Castillo, C., & Morales Parragué, M. 2008. Responsabilidad social empresarial. *Santiago de Chile: Universidad de Chile*.
- Capon, N., Farley, J. U., & Hoenig, S. (1990). Determinants of financial performance: a meta- analysis. *Management science*, 36(10), 1143-1159.
- Capron, M., & Gray, R. (2000). Experimenting with assessing corporate social responsibility in France: an exploratory note on an initiative by social economy firms. *European Accounting Review*, 9(1), 99-109.
- Carrasco, P. G., & Blanco, J. L. U. (2010). La relación entre responsabilidad social empresarial y desempeño financiero.
- Carroll, A. B. & Shabana, K. M. (2010). *The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice*. International Journal of Management Reviews 12, 85–105.
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*. 4(4), 497–505.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, vol. 34, pp. 39 - 48.
- Carroll, A.B. (1999). Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. *Business and Society*, 38, 268–295.

- Carroll, A. B. (2016). Carroll's pyramid of CSR: taking another look. *International journal of corporate social responsibility*, 1(1), 3.
- Cassel, D. (2001). Human Rights Business Responsibilities in the Global Marketplace. *Business Ethics Quarterly* 11(2), 261–274.
- Castka, P. & Balzarova, M.A. (2008). The impact of ISO 9000 and ISO 14000 on standardization of social responsibility—an inside perspective. *International Journal of Production Economics*. 113, 74–87.
- Cavaco, S. y Crifo, P. (2010). The CSR-firm performance missing link: complementarity between environmental, social and business behavior criteria?
- Cea, M. (1998). *Metodología cuantitativa: Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A
- CEMEFI (2001); Decálogo de la Empresa Socialmente Responsable. Recuperado de http://www.cemefi.org/index.cfm?page=CEM_RSE_39#c
- Cerda, J., & Villarroel, L. (2008). Evaluación de la concordancia inter-observador en investigación pediátrica: Coeficiente de Kappa. *Revista chilena de pediatría*, 79(1), 54-58.
- Chakroun, R., Matoussi, H., & Mbirki, S. (2017). Determinants of CSR disclosure of Tunisian listed banks: a multi-support analysis. *Social Responsibility Journal*, 13(3), 552-584.
- Charlo, M., Moya, I. & Muñoz, A. (2012). Factores diferenciadores de las empresas del índice de responsabilidad español. *Cuadernos de Gestión*, 13 (2), 15- 37.
- Choi, J., Kwak, Y. & Choe, C. (2010). Corporate social responsibility and corporate financial performance: evidence from Korea. *Australian Journal of Management*, vol. 35, pp. 291 – 311.
- Choi, T. H., & Jung, J. (2008). Ethical commitment, financial performance, and valuation: An empirical investigation of Korean companies. *Journal of Business Ethics*, 81(2), 447–463. doi:10.1007/s10551-007-9506-1
- Chow, W. S. & Chen, Y. (2012). Corporate Sustainable Development: Testing a New Scale Based on the Mainland Chinese Context. *Journal of Business Ethics*, vol. 105, pp. 519-533.

- Christensen, C. M. & M. Overdorf. (2000). Meeting the Challenge of Disruptive Change. *Harvard Business Review* 78(2), 66–75.
- Cochran, P. & Wood, R. (1984). Corporate social responsibility and financial performance. *Academy of Management Journal*, vol. 27, pp. 42 - 56.
- Comisión Europea (2001). Libro verde. *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas.
- Comisión Europea (2011). *Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas.
- Congote, L. M. G. (s/f). Responsabilidad social organizacional (RSO): de lo instrumental a lo razonable. *Apuestas de investigación*, 263.
- Corresponsables. (2016). *Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) o cómo aterrizar la utopía de un mundo mejor*. Corresponsables.
- Cowen, S., Ferreri, L., & Parker, L. (1987). The Impact of Corporate Characteristics on Social Responsibility Disclosure: A Typology and Frequency-Based Analysis. *Accounting, Organizations and Society* 12, 111–122.
- Cowling, M. (2004). The growth-profit Nexus. *Small Business Economics*, 22 (1), 1–9.
- Crespo-Razeg, F. (2010). Entre el concepto y la práctica: Responsabilidad Social Empresarial. *Estudios Gerenciales*, 26 (117), 119-130.
- Creswell, J.W. (2009). *Research Design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3era. Ed.). Los Ángeles: Sage.
- Cubillos, A. A. E. (2015). La responsabilidad social empresarial (RSE) como elemento estratégico en las mipymes colombianas. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 4(14), 75-84.
- Cuervo, Á., Fernández, A.I., Fernández, Z., Fernández, E., De la Fuente, J.M., Hernangómez, J., Montes-Peón, J.M., Nieto, M., Suárez, I., Vázquez, R., Vázquez-Ordás, C.J. (2008). *Introducción a la administración de empresas*. Sexta Edición. ed. Editorial Aranzadi S.A.
- da Silva Monteiro, S. M., & Aibar Guzmán, B. (2010). The influence of the Portuguese environmental accounting standard on the environmental disclosures in the annual

- reports of large companies operating in Portugal: A first view (2002-2004). *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 21(4), 414-435.
- Dagnino, S. J. (2014). Regresión lineal. *Rev. Chil. Anest*, 43, 143-149.
- Dahlsrud, A. (2006). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*.
- Dant, R. P., R. Perrigot, and G. Cliquet (2008). A Cross-Cultural Comparison of the Plural Form in Franchise Networks: United States, France, and Brazil. *Journal of Small Business Management* 46, 286–311.
- Davis, K. (1960). Can Business Afford to Ignore Corporate Social Responsibilities? *California Management Review* 2, 70–76.
- Davis, K. (1973). The Case for and Against Business Assumption of Social Responsibilities. *Academy of Management Journal*. 16, 312–322.
- Daza, J. (2015). Crecimiento y rentabilidad en el mercado emergente brasileño. *Cuadernos de Gestión*, 15 (2), 91-112.
- De Colle, S., Henriques, A., Sarasvathy, S., (2014). The Paradox of Corporate Social Responsibility Standards. *Journal of Business Ethics*. 125, 177– 191. doi: 10.1007/s10551-013-1912-y
- De la Cuesta, M. (2004). *El porqué de la responsabilidad social corporativa*. Boletín Económico del ICE, nº 2813.
- de Oliveira Filho, M. L., & Abadía, J. M. M. (2013). El desempeño económico financiero y responsabilidad social corporativa Petrobrás versus Repsol. *Contaduría y administración*, 58(1), 131-167.
- Deegan, C., & Gordon, B. (1996). A study of the environmental disclosure practices of Australian corporations. *Accounting and business research*, 26(3), 187-199.
- Deegan, C., & Rankin, M. (1997). The materiality of environmental information to users of annual reports. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 10(4), 562-583.
- Deloitte. (2018). Tendencias en Capital Humano 2018 México: El auge de la empresa social. Deloitte.

- Derwall, J., N. Guenster, R. Bauer y K. Koedijk (2005). *The eco-efficiency premium puzzle*. Financial Analysts Journal (61): 51-63.
- Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167.
- Díaz, R. (2018). La relación entre desempeño financiero y responsabilidad social empresarial (un estudio de 63 empresas emisoras de la Bolsa Mexicana de Valores). *The Anáhuac Journal*. 17-(1), 101-122.
- Donnelly, J. (1985). *The concept of human rights*. (Croom Helm, London).
- Du, S., Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2010). Maximizing business returns to corporate social responsibility (CSR): The role of CSR communication. *International journal of management reviews*, 12(1), 8-19.
- Ebner, D. (2008). *Assessing corporate social responsibility in industrial firms: The CSR-assessment*. Leoben: Montanuniversität Leoben.
- Echaide, J. (2009). Responsabilidad Social Empresaria: un sobrevuelo por la norma ISO 26000. *Lan harremanak: Revista de relaciones laborales*, (20), 137-162.
- Elango, B. (2007). Are franchisors with international operations different from those who are domestic market oriented? *Journal of Small Business Management*, 45(2), 179-193.
- Elkington, J. (1997). Cannibals with forks. *The triple bottom line of 21st century*.
- Ellen, P. S., Webb, D. J., & Mohr, L. A. (2006). Building corporate associations: Consumer attributions for corporate socially responsible programs. *Journal of the academy of Marketing Science*, 34(2), 147-157.
- Elsayed, K., & Paton, D. (2005). The impact of environmental performance on firm performance: static and dynamic panel data evidence. *Structural change and economic dynamics*, vol. 16, pp. 395-412.
- Epstein, E. M. (1987). The corporate social policy process: beyond business ethics, corporate social responsibility, and corporate social responsiveness. *California Management Review*, 29, pp. 99 - 114.

- Escobar-Pérez, J., & Cuervo-Martínez, Á. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. *Avances en medición*, 6(1), 27-36.
- Escudero, M., & Lama, J. G. (2014). *La responsabilidad social empresarial y la creación de valor en América Latina* (Vol. 56). Universidad de Deusto.
- ETHOS Laboratorio de políticas públicas. 2017. *ROI Sustentable en países emergentes. Redefiniendo la medición de la inversión en sustentabilidad corporativa*. ETHOS.
- Ethos, 2011. *Indicadores ETHOS de Responsabilidad Social Empresarial*.
- Expansión, 2017. 500 empresas más importantes de México. Obtenido de <https://expansion.mx/ranking/las-500-2017>
- Expansión, 2018. 500 empresas más importantes de México. Obtenido de <https://expansion.mx/las-500-2018>
- Fernández, F. (2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, 2(96), 35-53.
- Flores Villanueva, C.A. (2015). *La expansión internacional de las franquicias mexicanas: factores organizacionales y ambientales que determinan su grado de internacionalización y la elección del país de destino* (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Nuevo León, Monterrey, Nuevo León, México.
- Flores Villanueva, C. A., & Gaytán Ramírez, M. D. C. (2018). The level of corporate social responsibility in Mexican franchises. *Revista EAN*, (85), 15-35.
- Flores, J. G., Gómez, G. R., & Jiménez, E. G. (1999). Metodología de la investigación cualitativa. *Málaga: aljibe*.
- Fombrun, C. & Shanley, M. (1990.)What's in a Name? Reputation Building and Corporate Strategy. *Academy of Management Journal* 33, 233– 258.
- Frederick, W.C. (1978). *From CSR1 to CSR2: the maturing of business and society thought*. Working Paper 279, Graduate School of Business, University of Pittsburgh.
- Frederick, W.C., (1960). The growing concern over social responsibility. *California Management Review*, 2, 54–61.
- Freeman, R. (2004). The stakeholder approach revisited. *Zeitschrift für Wirtschafts-und Unternehmensethik*, 5 (3), 228-241.

- Freeman, R. (1983). Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance. *California Management Review*; Spring 1983; 25, 3; pg. 88.
- Freeman, R.E. (1984). *Strategic Management. A Stakeholder Approach*. Pitman, Boston.
- Friedman, M. (1962). *Price theory, a provisional text* (No. HB221 F75).
- Friedman, M. (1970). *The social responsibility of business is to increase profits*. New York Times.
- Friedman, M. (2005). *The social responsibility of business is to Increase its profit*. In Shari Collins-Chobanian (Ed.), *Ethical challenges to business as usual*, Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, 224-229.
- Gallardo-Vázquez, D., Sánchez-Hernández, M.I. y Corchuelo-Martínez-Azua, M.B. (2013). Validación de un instrumento de medida para la relación entre la orientación a la Responsabilidad Social Corporativa y otras variables estratégicas de la empresa. *Revista de Contabilidad*, 16 (1), pp. 11-23
- Gamerschlag, R., Möller, K., & Verbeeten, F. (2011). Determinants of voluntary CSR disclosure: empirical evidence from Germany. *Review of Managerial Science*, 5(2-3), 233-262.
- García, D. Y. M. (2019). Las MiPyMEs frente al reto de la Responsabilidad Social Empresarial; panorama en San Luis Potosí. *Revista Relayn-Micro y Pequeñas empresas en Latinoamérica*, 3(1), 30-42.
- García-Castro, R., Ariño, M. y Canela, M. (2010). Does Social Performance Really Lead to Financial Performance? Accounting for Endogeneity. *Journal of Business Ethics*, vol. 92, pp. 107-126.
- Garcidueñas, P. (2016). ¿Sabes qué es el IPC Sustentable y cómo funciona? Aquí encontrarás lo que necesitas conocer. *EXPOKNEWS*.
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of business ethics*, 53(1-2), 51-71.
- Gaytán-Ramírez, M. D. C., & Flores-Villanueva, C. A. (2018). Determining factors in the adoption of corporate social responsibility practices: a sectoral analysis of mexican franchises. *Ad-minister*, (33), 21-38.

- Giannarakis, G., Konteos, G., Zafeiriou, E., & Partalidou, X. (2016). The impact of corporate social responsibility on financial performance. *Investment Management and Financial Innovations (Open-Access)*, 13(3-1), 1-3.
- Gilbert, D.U., Rasche, A. & Waddock, S. (2011). Accountability in a Global Economy: The Emergence of International Accountability Standards. *Business Ethics Quarterly*, 21, 23–44.
- Gilbert, D.U. & Rasche, A. (2007). Discourse Ethics and Social Accountability: The Ethics of Sa 8000. *Business Ethics Quarterly*. 17, 187–216.
- Gilbert, D.U., & Rasche, A., (2008). Opportunities and Problems of Standardized Ethics Initiatives – a Stakeholder Theory Perspective. *Journal of Business Ethics*. 82, 755–773. doi: 10.1007/s10551-007-9591-1
- Gjølberg, M. (2009). The origin of corporate social responsibility: global forces or national legacies? *Socio-economic review*, 7(4), 605-637.
- Global Reporting Initiative, (2017). *Sustainability Disclosure Database*. Mexico, 2014-2017, all report types, all sectors, SME, MNE and large companies.
- Global Reporting Initiative. (2006). *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad*. Amsterdam: Global Reporting Initiative.
- Göbbels, M., & Jonker, J., 2003. AA1000 and SA8000 compared: a systematic comparison of contemporary accountability standards. *Managerial Auditing Journal*. 18, 54–5.
- Gómez García, F. (2008). Responsabilidad social corporativa y performance financiero: treinta y cinco años de investigación empírica en busca de un consenso. *Principios: Estudios de Economía Política*, 11, pp. 5 - 22.
- Gómez-Villegas, M., & Quintanilla, D.A. (2012). Los informes de Responsabilidad Social Empresarial: su evolución y tendencias en el contexto internacional y colombiano. *Cuadernos de Contabilidad*, 13 (32), 121-158.
- González-Ramos, M. I., Donate, M. J. & Gómez, F. (2014). Propuesta de una escala para la medición de la responsabilidad social corporativa. *Pecunia*, (18), 1.

- Gooding, R. Z. & Wagner, J. A. (1985) .A Metaanalytic Review of the Relationship between Size and Performance: The Productivity and Efficiency of Organizations and their Subunits. *Administrative Science Quarterly* 30, 462–481
- Gozali, N., Janice, C. & Verhoeven, P. (2002). The economic consequences of voluntary environmental information disclosure. *The International Environmental Modelling and Software Society*, Lugano, Switzerland, 24 – 27 de junio.
- Graafland, J., & Van de Ven, B. (2006). Strategic and moral motivation for corporate social responsibility. *Journal of Corporate Citizenship*, (22).
- Graves, S. B. & S. A. Waddock (1994). Institutional owners and corporate social. *Academy of Management Journal* (37): 1034-1046.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47-77.
- Gray, R., Owen, D. and Adams, C. (1996). *Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*, Prentice-Hall Europe, Hemel Hempstead.
- Grayson, D., & Hodges, A. (2017). *Corporate social opportunity! Seven steps to make corporate social responsibility work for your business*. Routledge.
- GRI & IFC. (2009). Incluyendo la Cuestión de Género en los informes de Sostenibilidad. Una guía para profesionales. GRI & IFC. Recuperado de <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-Embedding-Gender-In-Sustainability-Reporting.pdf>
- Griffin, J. & J. Mahon (1997). The corporate social and corporate financial debate: twenty-five years of incomparable research. *Business and Society* 36 (1): 5–31.
- Guba, E., & Lincoln, Y. (2002). Paradigmas en competencia en la investigación cualitativa. *Por los rincones. Antología de métodos cualitativos en la investigación social*, 113-145.
- Guenster, N., Bauer, R. & Derwall, J. (2010). The economic value of corporate eco-efficiency. *European Financial Management*. Working paper No. 675628.

- Guthrie, J., & Parker, L. D. (1990). Corporate social disclosure practice: a comparative international analysis. *Advances in public interest accounting*, 3, 159-175.
- Hackston, D. and Milne, M.J. (1996). Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9 No. 1, pp. 77-108.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2007). Medidas conjuntas de calidad del ajuste para los modelos de ecuaciones estructurales. *Análisis multivariante*, 679-690.
- Hart, S. L. & Christensen, C.M. (2002). The Great Leap. Driving Innovation from the Base of the Pyramid. *MIT Sloan Management Review* 44(1), 51–57.
- Hart, S. L. (1995). A natural-resource-based view of the firm. *Academy of Management Review*, 20(4), 986–1014.
- He, Y., Tian, Z., & Chen, Y. (2007). Performance implications of nonmarket strategy in China. *Asia Pacific Journal of Management*, 24, 151–169. doi:10.1007/s10490-006-9030-3
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (Vol. 3). México: McGraw-Hill.
- Herrera, J.; Larrán, M., y Martínez-Martínez, D. (2013). Relación entre responsabilidad social y performance en las pequeñas y medianas empresas: Revisión bibliográfica. *Cuadernos de Gestión*, vol. 13 (2), pp. 39-65.
- Hillman, A. J., & Keim, G. D. (2001). Shareholder value, stakeholder management, and social issues: what's the bottom line? *Strategic management journal*, 22(2), 125-139.
- Hinojosa Cruz, A. V. (2012). La elusión fiscal y la responsabilidad social empresarial en México: El IETU como impuesto de control. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 1, 1-13.
- Hoerl, A., & Kennard, R. (1988). Ridge regression, in 'Encyclopedia of Statistical Sciences', Vol. 8.

- Hull, C.E. y Rothenberg, S. (2008). Firm Performance: The Interactions of Corporate Social Performance with Innovation and Industry Differentiation. *Strategic Management Journal*, vol. 29 (7), pp. 781-789.
- Instituto Ethos. (2013). Indicadores Ethos de Responsabilidad Social.
- International Organization for Standardization (ISO). (2010). ISO 26000 Social Responsibility. Recuperado de www.iso.org/iso/social_responsibility
- ISO (2010). Guía de responsabilidad social - ISO 26000.
- Jensen, M. C. and W. Meckling. 1976. Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost, and Capital Structure. *Journal of Financial Economics* 3, 305–360.
- Jones, T. M. (1980). Corporate social responsibility revisited, redefined. *California Management Review*, vol. 22, pp. 59 - 67.
- Kaku, R. (1997). The path of Kyosei. *Harvard Business Review* 75, nº 4, pp. 55-66.
- Kaptein, M. and R. Van Tulder. (2003). Toward Effective Stakeholder Dialogue. *Business and Society Review* 108(Summer), 203–225.
- Kaufmann, P., Bhattacharya, C., & Hsu, L. (2008). Corporate Social Responsibility in Franchise Systems. *Proceedings of the International Society of Franchising Conference*.
- Keim, G. (1978). Managerial behaviour and the social responsibilities debate: Goals versus constraints. *Academy of Management Journal*, 21, 57–68.
- Kell, G., 2005. The global compact selected experiences and reflections. *Journal of Business Ethics* 59, 69–79. doi: 10.1007/s10551-005-3413-0
- Kell, G., 2013. 12 Years Later: Reflections on the Growth of the UN Global Compact. *Business & Society* 52,31–52.doi:10.1177/0007650312460466
- Key, S., & Popkin, S. J. (1998). Integrating ethics into the strategic management process: Doing well by doing good. *Management Decision*, 36(5), 331-338.
- Khan, M.H. (2010). The effect of corporate governance elements on corporate social responsibility (CSR) reporting: Empirical evidence from private commercial banks of Bangladesh. *International Journal of Law and Management*, Vol. 52 No. 2, pp. 82- 109.

- Kim, Y. (2017). Consumer responses to the food industry's proactive and passive environmental CSR, factoring in price as CSR tradeoff. *Journal of Business Ethics*, 140(2), 307-321.
- Koerber, C.P. (2009). Corporate Responsibility Standards: Current Implications and Future Possibilities for Peace Through Commerce. *Journal of Business Ethics* 89, 461-480. doi: 10.1007/s10551-010-0397-1
- Kotler, P., Hessekiel, D., & Lee, N. (2012). Good works! Marketing and corporate initiatives that build a better world... and the bottom line. John Wiley & Sons.
- KPMG (2017). *The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017*. Obtenido de kpmg.com/crreporting
- KPMG (2018). *Desarrollo Sostenible en México*. Recuperado de <http://www.pactomundial.org.mx/site/wp-content/uploads/2018/03/KPMG-Estudio-Desarrollo-Sostenible-en-Mexico2018.pdf>
- Krause, M. (1995). La investigación cualitativa: un campo de posibilidades y desafíos. *Revista Temas de educación*, 7(7), 19-40.
- Kuo, L., & Yi-Ju Chen, V. (2013). Is environmental disclosure an effective strategy on establishment of environmental legitimacy for organization? *Management Decision*, 51(7), 1462-1487.
- Kvale, S. (1996). *Las entrevistas, Una introducción a la Investigación Cualitativa*. Thousand Oaks-California.
- Landry, R. (1998). El análisis de contenido. *Francia: Siller y, Presses de l'Université du Québec*.
- Lantos, G. (2001). The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 18 NO.7, pp. 595-630
- Lara, M. G. (2008). *Responsabilidad social empresarial: Una guía para comprender el fenómeno que está revolucionando a las empresas de Latinoamérica y el mundo*. Norma.
- Larrán, M., Herrera, J. y Martínez, D. (2013). Relación entre la RSE y el performance competitivo en la pequeña y mediana empresa: Un estudio empírico. AECA:

Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, 104, pp. 9-12

Lee, D. & R. W. Faff (2009). Corporate sustainability performance and idiosyncratic risk: a global perspective. *The Financial Review* 44 (2): 213-237.

Lee, M-D.P. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews*, vol. 10 (1), pp. 53-73.

Lee, S. (2014). The relationship between growth and profit: evidence from firm level panel data. *Structural Change and Economics Dynamics*, 28, 1-11.

LEY DE PLANEACIÓN Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 5 de enero de 1983 TEXTO VIGENTE Última reforma publicada DOF 16-02-2018

LEY FEDERAL DEL TRABAJO Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 1º de abril de 1970 TEXTO VIGENTE Última reforma publicada DOF 09-04-2012

LEY FEDERAL PARA PREVENIR Y ELIMINAR LA DISCRIMINACIÓN Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 11 de junio de 2003 TEXTO VIGENTE Última reforma publicada DOF 21-06-2018

LEY GENERAL DE CAMBIO CLIMÁTICO Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 6 de junio de 2012 TEXTO VIGENTE Última reforma publicada DOF 13-07-2018 Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión

Lima, Vicente F., F. de Souza y F. C. Vasconcellos (2010). Corporate social responsibility, firm value and financial performance in Brazil, *Social Responsibility Journal* (forthcoming).

Lindgreen, A., Antioco, M., Harness, D., & van der Sloom, R. (2009). Purchasing and marketing of social and environmental sustainability for high-tech medical equipment. *Journal of Business Ethics*, 85, 445–462.

Linnenluecke, M. K., Russell, S. V., Griffiths, A. (2007). Subcultures and sustainability practices: The impact on understanding corporate sustainability. *Business Strategy and the Environment*.

- Lins, K., Servaes, H. y Tamayo, A. (2015). Social Capital, Trust, and Firm Performance during the Financial Crisis. Working Paper.
- Lioui, A. y Sharma, Z. (2012). Environmental corporate social responsibility and financial performance: disentangling direct and indirect effects. *Ecological Economics*, 78, pp. 100 - 111.
- Loos, N. (2006). Empirical Part I—Market and Financial Value Drivers. *Value Creation in Leveraged Buyouts: Analysis of Factors Driving Private Equity Investment Performance*, 89-249.
- López Noguero, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación.
- López, A., Contreras, R., Molina, R. (2011). La Responsabilidad Social Empresarial como Estrategia de competitividad en el sector Alimentario. *Cuad. Admon. Ser. Organ.*
- Luce, R.A., Barber, A.E. & Hillman, A. J. (2001). Good deeds and misdeeds: a mediated model of the effect of corporate social performance on organizational attractiveness. *Business and society*. 40 (4), p- 397.
- Luo, X., & Bhattacharya, C. B. (2006). Corporate social responsibility, customer satisfaction, and market value. *Journal of marketing*, 70(4), 1-18.
- Makni, R., Francoeur, C., & Bellavance, F. (2009). Causality between corporate social performance and financial performance: Evidence from Canadian firms. *Journal of Business Ethics*, 89(3), 409.
- Margolis, J. D., & Walsh, J. P. (2003). Misery loves companies: Rethinking social initiatives by business. *Administrative science quarterly*, 48(2), 268-305.
- Marimon, F., Alonso-Almeida, M. del M., Rodríguez, M. del P. & Cortez Alejandro, K.A. (2012). The worldwide diffusion of the global reporting initiative: what is the point? *Journal of Cleaner Production* 33, 132–144.
- Marín, L. & Ruiz, S. (2007). I need you too! - Corporate identity attractiveness for consumers and the role of social responsibility. *Journal of Business Ethics* 71, 245–260.
- Martínez, M. (2006). *Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa* (2a Edición ed.). México: Trillas.

- Martínez-Campillo, A, Cabeza-García, L. y Marbella-Sánchez, F. (2013): “Responsabilidad Social Corporativa y Resultado Financiero: Evidencia sobre la Doble Dirección de la Causalidad en el Sector de las Cajas de Ahorros”, *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, vol. 16 (1), pp. 54-68.
- Martínez-Ferrero, J y Frias-Aceituno, J. (2013) Relationship between sustainable development and financial performance: international empirical research. *Business Strategy and the Environment*. doi: 10.1002/bse.1803
- Mayoral, J. M., & Segura, A. S. (2011). Persistencia de la rentabilidad. Un estudio de sus factores determinantes. *Spanish Journal of Finance and Accounting/Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 40(150), 287-317.
- McGuire, J., (1963). *Business and Society*. New York: McGraw-Hill.
- McWilliams, A. and D. Siegel: 2001. Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. *Academy of Management Review* 26(1), 117–127.
- McWilliams, A. y Siegel, D. (2000). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Correlation or Misspecification? *Strategic Management Journal*, vol. 21 (5), pp. 603-609
- Meiseberg, B., & Ehrmann, T. (2012). Lost in translation? The prevalence and performance impact of corporate social responsibility in franchising. *Journal of Small Business Management*, 50(4), 566-595.
- Melé, D. (2007). Responsabilidad social de la empresa: una revisión crítica a las principales teorías. *Ekonomiaz*, (65), 2º cuatrimestre, 50-67.
- Melé, D. (2002). Not only stakeholder interests. The firm oriented toward the common good. *Cortright S., Naughton M.(a cura di), Rethinking the Purpose of Business*.
- Merlin, F.K., Duarte do Valle Pereira, V.L. & Pacheco Junior, W. (2012). Sustainable development induction in organizations: a convergence analysis of ISO standards management tools’ parameters. *Work-a Journal of Prevention Assessment & Rehabilitation* 41, 2736–2743. doi: 10.3233/WOR-2012-0518-2736

- Mertens, D. M. (2005). *Research and evaluation in education and psychology: Integrating diversity with quantitative, qualitative, and mixed methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Meyskens, M., & Paul, K. (2010). The evolution of corporate social reporting practices in Mexico. *Journal of Business Ethics*, 91(2), 211-227.
- Milne, M. J., & Adler, R. W. (1999). Exploring the reliability of social and environmental disclosures content analysis. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 12(2), 237-256.
- Miras Rodríguez, M. D. M., Carrasco Gallego, A., & Escobar Pérez, B. (2014). Responsabilidad social corporativa y rendimiento financiero: Un Meta-análisis. *Spanish Journal of Finance and Accounting/Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 43(2), 193-215.
- Miras, M.M.; Carrasco, A. y Escobar, B. (2011). Una revisión de los meta-análisis sobre responsabilidad social corporativa y rendimiento financiero. *Revista de Estudios Empresariales*. Segunda Época, nº 1, pp. 118-132.
- Mitchell, C.G. & Hill, T. (2009). Corporate Social and Environmental Reporting and the Impact of Internal Environmental Policy in South Africa. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 16, 48–60. doi:10.1002/csr.179
- Moneva Abadía, J. y Llena Macarulla, F. (1996). Análisis de la información sobre responsabilidad social en las empresas industriales que cotizan en bolsa. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, vol. 25, pp. 361-401.
- Moneva, J.M. & Ortas, E. (2010). Corporate environmental and financial performance: a multivariate approach. *Industrial Management & Data Systems* 110, 193–210.
- Montgomery, D. C., Peck, E. A., & Vining, G. G. (2012). *Introduction to linear regression analysis* (Vol. 821). John Wiley & Sons.
- Morales, L. E. I., Medina, E. V. C., & Valdez, E. O. (2012). La Responsabilidad Social Empresarial: Una estrategia enfocada al desarrollo sustentable. Caso: Las ESR de Hermosillo, Sonora./Corporate Social Responsibility: A strategy aimed at

- sustainable development. Case: The SRC of Hermosillo, Sonora. *RICEA Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 1(1), 1-18.
- Moslemany, R. El, & Etab, M. (2017). The effect of corporate social responsibility disclosures on financial performance in the banking industry: empirical study on Egyptian banking sector. *International Journal of Business and Economic Development*, 5(1), 20–34.
- Muller, A., & Kolk, A. (2009). CSR performance in emerging markets evidence from Mexico. *Journal of Business Ethics*, 85(2), 325-337.
- Murray, K. B. and J. R. Montanari. 1986. Strategic Management of the Socially Responsible Firm: Integrating Management and Marketing Theory. *Academy of Management Review* 11(4), 815–828.
- Nadeem, A., & Kakakhel, S. J. (2016). An exploratory evidence of practice, motivations, and barriers to corporate social responsibility (CSR) in small and medium enterprises (SMEs) of Khyber Pakhtunkhwa (KPK). Abasyn University *Journal of Social Sciences*, 9(2).
- Nan, X., & Heo, K. (2007). Consumer responses to corporate social responsibility (CSR) initiatives: Examining the role of brand-cause fit in cause-related marketing. *Journal of advertising*, 36(2), 63-74.
- Navarro-García, F. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica*. ESIC Editorial.
- Nehrt, C. (1996). Timing and Intensity Effects of Environmental Investments. *Strategic Management Journal* 17, 535–547.
- Neu, D., Warsame, H., & Pedwell, K. (1998). Managing public impressions: environmental disclosures in annual reports. *Accounting, organizations and society*, 23(3), 265-282.
- Neuendorf, K. A. (2016). *The content analysis guidebook*. Sage.
- Nicolás, J. D. (2011). ¿ Regreso a los valores materialistas? El dilema entre seguridad y libertad en los países desarrollados. *Revista Española de Sociología*, (15).

- Núñez-Tabales, J., Veroz-Herradón, R. & Fuentes-García, F.J. (2005). Alternativas de cumplimiento de responsabilidad social corporativa en gestión de recursos humanos. *Universia Business Review* 7, 68–89.
- Öberseder, M., Schlegelmilch, B. B., & Gruber, V. (2011). Why don't consumers care about CSR? A qualitative study exploring the role of CSR in consumption decisions. *Journal of business ethics*, 104(4), 449-460.
- Ochovo, R. B., Peña, D. N., & Ponce, Á. T. (2000). El cuadro de mando como instrumento de control en la gestión social: recursos humanos y medio ambiente. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 107-147.
- OECD, 2011. *OECD Guidelines for Multinational Enterprises, 2011 Edition*. Organization for Economic Co-operation and Development, Paris.
- Ogden, S. and R. Watson: 1999. Corporate Performance and Stakeholder Management: Balancing Shareholder and Customer Interests in the U.K. Privatized Water Industry. *Academy of Management Journal* 42(5), 526–538.
- Ogliastri, E., Leguizamón, F. A., Guzmán, J., González, C. J., Ickis, J. C., Hernández Salazar, M., & Pratt, L. (2007). *El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe*.
- Oliveira, B. & Fortunato, A. (2008). The dynamics of the growth of firms: evidence from the services sector. *Empirica*, 35 (3), 293-312.
- Orlitzky, M. (2001). Does firm size comfound the relationship between corporate social performance and firm financial performance? *Journal of Business Ethics*, 33(2), 167-180.
- Orlitzky, M., & Swanson, D. L. (2012). Assessing stakeholder satisfaction: Toward a supplemental measure of corporate social performance as reputation. *Corporate Reputation Review*, 15(2), 119-137.
- Orlitzky, M., Schmidt, F. y Rynes, S. (2003). Corporate Social and Financial Performance: A Meta-Analysis. *Organization Studies*, vol. 24, pp. 403-441.

- Orozco, Y. V. D., Acevedo, M. D. L. M. C., & Acevedo, J. A. R. (2014). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de administración*, 29(50), 196-206.
- Palacio Salazar, J. E. (2015). *Detección de datos influenciales y multicolinealidad en el modelo no lineal*. Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Colombia-Sede Medellín.
- Panwar, R.; Nybakk, E.; Hansen, E. & Pinkse, J.(2017). Does the business case matter? The effect of a perceived business case on small firms' social engagement. *J. Bus. Ethics* 144, 597–608.
- Patten D. M. (1991). Exposure, Legitimacy and Social Disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy*. 10: 297-308.
- Paul, C. J., & Siegel, D. S. (2006). Corporate social responsibility and economic performance. *Journal of Productivity Analysis*, 26(3), 207-211.
- Paul, K., Cobas, E., Ceron, R., Frithiof, M., Maass, A., Navarro, I., ... & Deaton, L. Z. (2006). Corporate Social Reporting in Mexico. *Journal of Corporate Citizenship*, (22).
- Peláez, I. M. (2016). Modelos de regresión: lineal simple y regresión logística. *Revista SEDEN*. 195-214.
- Pérez López, C. (2004). Técnicas de análisis multivariante de datos. *Aplicaciones con SPSS, Madrid, Universidad Complutense de Madrid*, 121-154.
- Perrigot, R., Oxibar, B., & Déjean, F. (2015). Corporate social disclosure in the franchising sector: Insights from French franchisors' websites. *Journal of Small Business Management*, 53(2), 321-339.
- Perrini, F., Russo, A., Tencati, A. y Vurro, C. (2011). Deconstructing the Relationship between Corporate Social and Financial Performance. *Journal of Business Ethics*, vol. 102 (1), pp. 59-76.
- Peters, R., & Mullen, M. R. (2009). Some Evidence of the Cumulative Effects of Corporate Social Responsibility on Financial Performance. *Journal of Global Business Issues*, 3(1).

- Poddi, L., & Vergalli, S. (2009). *Does corporate social responsibility affect the performance of firms?* (No. 832-2016-55420).
- Pojasek, R.B., 2011. ISO 26000 guidance on social responsibility. *Environmental Quality Management* 20, 85–93. doi:10.1002/tqem.20292
- Polanco López de Mesa, J. A. (2014). The group EPM social responsibility: A new political stance against the territory. *Cuadernos de Administración*, 27(49), 65-86.
- Porter, M. E. and M. R. Kramer (2002) The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. *Harvard Business Review* 80(12), 56–69.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard business review*, 84(12), 78-92.
- Porter, M.E. (1980). *Competitive strategy*. New York: Free Press.
- Porto, N. & Castromán, J. (2006). Responsabilidad social: un análisis de la situación actual en México y España. *Contaduría y Administración*. 220, pp. 67-87.
- Prakash, A. (2000). *Greening the firm: the politics of corporate environmentalism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Preston, L. E., & O'bannon, D. P. (1997). The corporate social-financial performance relationship: A typology and analysis. *Business & Society*, 36(4), 419-429.
- Puterman, P. (2011). ¿Hasta dónde llega la #RSE de las empresas con sus proveedores? *EXPOKNEWS*.
- Ramus, C. A., & Steger, U. (2000). The roles of supervisory support behaviors and environmental policy in employee 'ecoinitiatives' at leading-edge European companies. *Academy of Management Journal*, 43(4), 605–626.
- Rasche, A. (2009). Toward a model to compare and analyze accountability standards – the case of the UN Global Compact. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 16, 192–205.
- Rasche, A., 2010. The limits of corporate responsibility standards. *Business Ethics: A European Review* 19, 280–291.
- Raufflet, E. y Barrera E. (2010). Algunos Aspectos sobre la Responsabilidad Social en América Latina: Énfasis en la experiencia colombiana y brasilera. En: Arcand, S.,

- Muñoz, R., Facal, J. y Dupuis J.P. "Sociología de la Empresa. Del marco histórico a las dinámicas internas.
- Rettab, B., Ben Brik, A. B., & Mellahi, K. (2009). A study of management perceptions of the impact of corporate social responsibility on organisational performance in emerging economies: The case of Dubai. *Journal of Business Ethics*, 89(3), 371–390.
- Rivera Godoy, J. A., & Ruiz Acero, D. (2011). Análisis del desempeño financiero de empresas innovadoras del sector alimentos y bebidas en Colombia. *Pensamiento & Gestión*, (31).
- Robles, B. (2011). *La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropológico*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/351/35124304004.pdf>
- Rochlin, S. (2005). Llevar la responsabilidad corporativa al ADN de su empresa. *Harvard Business Review*, 83(8), 26-35.
- Rodríguez, G., Gil, J., & García, E. (1996). *Tradición y enfoques en la investigación cualitativa*. Barcelona, ediciones Aljibe.
- Rodríguez-Jaume, M. J., & Mora Catalá, R. (2001). Análisis de regresión múltiple. *Técnicas de Investigación Social II*.
- Rokhmawati, A., & Gunardi, A. (2017). Is Going Green Good for Profit? Empirical Evidence from Listed Manufacturing Firms in Indonesia. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 7(4), 181–192
- Rowley, T. and S. Berman: 2000. New Brand of Corporate Social Performance. *Business and Society* 39(4), 397–412.
- Ruza, F. (2002). *Cuidados intensivos pediátricos*. Madrid: Ediciones Norma-Capitel.
- Saleh, M., Zulkifli, N. y Muhamad, R. (2008). An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility disclosure and financial performance in an emerging market.
- Salgado, P. M., & Hernández, P. G. (2007). La responsabilidad social en empresas del Valle de Toluca (México). Un estudio exploratorio. *Estudios gerenciales*, 23(102), 119-135.

- Salmones, M. M. G., Crespo, A. H., & Bosque, I. R. (2005). Influence of corporate social responsibility on loyalty and valuation of services. *Journal of Business Ethics*, 61, 369–385.
- Scholtens, B. (2008). A note on the interaction between corporate social responsibility and financial performance. *Ecological economics*, 68(1-2), 46-55.
- Schvarstein, L. (2003). Responsabilidad social, inteligencia social. *Schvarstein, L.(Eds)*.
- Schwab, A. J. (2007). Solving Homework Problems in Data Analysis II. *Retrieved August*.
- Schweizer, T. S., & Wijnberg, N. M. (1999). Transferring reputation to the corporation in different cultures: Individuals, collectives, systems and the strategic management of corporate reputation. *Corporate Reputation Review*, 2(3), 249-266.
- Sen, S., & Bhattacharya, C. B. (2001). Does doing good always lead to doing better? Consumer reactions to corporate social responsibility. *Journal of marketing Research*, 38(2), 225-243.
- Sethi, S. P. (1975). Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytical Framework. *California Management Review* 17(3), 58–65.
- Sharma, S., & Ruud, A. (2003). On the path to sustainability: Integrating Social Dimensions into the Research and Practice of Environmental Management. *Business Strategy and the Environment*, 12, 205–214.
- Sharma, S., Aragón-Correa, J. A., & Rueda-Manzanares, A. (2007). The contingent influence of organizational capabilities on proactive environmental strategy in the service sector: An analysis of North American and European ski resorts. *Canadian Journal of Administrative Science*, 24, 268–283.
- Shen, C. H., & Chang, Y. (2009). Ambition versus conscience, does corporate social responsibility pay off? The application of matching methods. *Journal of Business Ethics*, 88(Suppl. S1), 133–153. doi:10.1007/s10551-008-9826-9
- Sierra-García, L., García-Benau, M. A., & Zorio, A. (2014). Credibilidad en Latinoamérica del informe de responsabilidad social corporativa. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, 54(1). <https://doi.org/10.1590/s0034-759020140104>

- Siltaoja, M. E. (2006). Value priorities as combining core factors between CSR and reputation—a qualitative study. *Journal of Business Ethics*, 68(1), 91-111.
- Sim, J., & Wright, C. C. (2005). The kappa statistic in reliability studies: use, interpretation, and sample size requirements. *Physical therapy*, 85(3), 257-268.
- SooCheong, J. & Kwangmin, P. (2011). Interrelationship between firm growth and profitability. *International Journal of Hospitality Management*, 30 (4), 1027- 1035.
- Soporte Minitab 18. (s/f). Función Logaritmo natural. Recuperado de <https://support.minitab.com/es-mx/minitab/18/help-and-how-to/calculations-data-generation-and-matrices/calculator/calculator-functions/logarithm-calculator-functions/natural-log-log-base-e-function/>
- Spiller, R. (2000). Ethical Business and Investment: A Model for Business and Society. *Journal of Business Ethics*, vol. 27, pp. 149-160.
- Stanford, R. E. (1980). The Effects of Promotion by Seniority in Growth-constrained Organizations. *Management Science* 26, 680–693.
- Stigler, C. (1963). *Rates of Return in Manufacturing Industries*(p. 67). Princeton: Princeton University Press.
- Strandberg, L. (2010). La medición y la comunicación de la RSE: indicadores y normas. *Cuadernos de la Cátedra “La Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo*. Business School, Universidad de Navarra, (9).
- Surroca J., Tribó, J.A. y Waddock, S. (2010). Corporate Responsibility and Financial Performance: The role of intangible resources. *Strategic Management Journal*, vol. 31, pp. 463-490.
- Swanson, L.A., & Zhang, D.D. (2012). Perspectives on corporate responsibility and sustainable development. *Management of Environmental Quality: An International Journal* 23, 630–639. doi: 10.1108/14777831211262918
- Torres, G. (2014). Estrategia de gestión humana y RSE en las organizaciones. *IEEM Revista de Negocios*, 17(5), 13-14.

- Torugsa, N. A., O'Donohue, W., & Hecker, R. (2012). Proactive CSR: An empirical analysis of the role of its economic, social and environmental dimensions on the association between capabilities and performance. *Journal of Business Ethics*, 115, 383–402.
- Tsang, E. W. (1998). A longitudinal study of corporate social reporting in Singapore: the case of the banking, food and beverages and hotel industries. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 11(5), 624-635.
- Tschopp, D., Nastanski, M., (2014). The Harmonization and Convergence of Corporate Social Responsibility Reporting Standards. *Journal of Business Ethics* 125, 147–162. doi: 10.1007/s10551-013-1906-9
- Tsoutsoura, M. (2004). Corporate Social Responsibility and Financial Performance. UC Berkeley: Center for Responsible Business. Retrieved from <https://escholarship.org/uc/item/111799p2>
- Tullberg, J. (2005). Reflections upon the responsive approach to corporate social responsibility. *Business Ethics: A European Review* 14 (3): 261–276.
- Unerman, J. (2000). Methodological issues - Reflections on quantification in corporate social reporting content analysis. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 13 Issue: 5, pp.667-681, <https://doi.org/10.1108/09513570010353756>
- Van de Velde, W., Vermeir, W., Corten, F. (2005). *Corporate Social Responsibility and Financial Performance*. Corporate Governance.
- Van der Laan Smith, J., Adhikari, A., & Tondkar, R. H. (2005). Exploring differences in social disclosures internationally: A stakeholder perspective. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24(2), 123-151.
- Van Marrewijk, M. and M. Were. 2003. Multiple Levels of Corporate Sustainability. *Journal of Business Ethics* 44(2/3), 107–120.
- Vance, S. C. (1975). Are socially responsible corporation's good investment risks? *Management review*, 64(8), 19-24.
- Varadarajan, P. R. and A. Menon. (1988). Cause-Related Marketing: A Coalignment of Marketing Strategy and Corporate Philanthropy. *Journal of Marketing* 52(3), 58–58.

- Varsei, M. 2016. Sustainable Supply Chain Management: A brief literature review. *The Journal of Developing Areas*.
- Vázquez-Carrasco, R. & López-Pérez, M.E., (2013). Small & medium-sized enterprises and Corporate Social Responsibility: a systematic review of the literature. *Quality & Quantity* 47, 3205–3218. doi: 10.1007/s11135012-9713-4
- Verbeeten, F. H., Gamerschlag, R., & Möller, K. (2016). Are CSR disclosures relevant for investors? Empirical evidence from Germany. *Management Decision*, 54(6), 1359-1382.
- Villabón, O. G. R., Pinzón, J. V., & Fernández, J. M. R. (2016). La relación entre la responsabilidad social empresarial y el desempeño financiero: estado del arte de estudios y metaanálisis. *Sotavento MBA*, (27), 112-120.
- Vives, A. (2008). El papel de la RSE en América Latina:¿ diferente al de Europa? *Documentos de Trabajo (Fundación Carolina)*, (21), 6.
- Volpentesta, J. R. (2016). Confluencia de teorías en torno a la Responsabilidad Social Empresaria (RSE). *Ciencias Administrativas*, (8), 43-52.
- Waddock S.A. y Graves, S.B. (1997). The Corporate Social Performance-financial Performance Link. *Strategic Management Journal*, vol. 18 (4), pp. 303-319.
- Wagner, J. (1992). Firm Size, Firm Growth and Persistence of Chance? Establishment Data from Lower Saxony, 1978–1989. *Small Business Economics*, 4 (2), 125-131.
- Walley, N., & Whitehead, B. (1994). It's not easy being green. *Reader in Business and the Environment*, 36, 81.
- Walton, C. C. (1967). *Corporate social responsibilities*. Belmont (CA): Wadsworth.
- Wang, Q., Dou, J., & Jia, S. (2016). A meta-analytic review of corporate social responsibility and corporate financial performance: The moderating effect of contextual factors. *Business & Society*, 55(8), 1083-1121.
- Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1978). Towards a positive theory of the determination of accounting standards. *Accounting review*, 112-134.
- Webb, T., & Hohnen, P. (2006). *Corporate Responsibility-The connected world in 2006*. Ethical Corporation.

- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic management journal*, 5(2), 171-180.
- Wilcox, D. (2005). Responsabilidad social empresarial (RSE), la nueva exigencia global. *Estudios 2005, documento de trabajo 13*, Universidad Viña del Mar.
- Williamson, O. E. (1975). *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications* (Free Press, New York).
- Wong, D. (1995). Desempeño financiero de pequeñas empresas: una experiencia universitaria. *Apuntes. Revista De Ciencias Sociales*, (37), 143-167.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21678/apuntes.37.428>
- Wood, D. J. and Lodgson, J.M. (2002). Business Citizenship: From Individuals to Organizations. *Business Ethics Quarterly*, Ruffin Series, No. 3, 59–94.
- Wood, D.J. (1991). Corporate Social Performance Revisited. *Academy of Management Journal*.
- World Business Council for Sustainable Development, E. C. (2002). The Business case for sustainable development: Making a difference towards the Earth summit 2002 and beyond. *Corporate Environmental Strategy*, 9(3), 226-235.
- World Commission on Environment and Development. (1987). *Our Common Future* (Oxford University Press, Oxford).
- Wright, P., & Ferris, S. P. (1997). Agency conflict and corporate strategy: The effect of divestment on corporate value. *Strategic management journal*, 18(1), 77-83.
- Wu, M. L. (2006). Corporate social performance, corporate financial performance and firm size. *Journal of American Academy of Business, Cambridge*, 8(1), 163–171.
- Xu, L., Kumar, D. T., Shankar, K. M., Kannan, D., & Chen, G. (2013). Analyzing criteria and sub-criteria for the corporate social responsibility-based supplier selection process using AHP. *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 68(1-4), 907-916.
- Yang, F. J., Lin, C. W., & Chang, Y. N. (2010). The linkage between corporate social performance and corporate financial performance. *African Journal of Business Management*, 4(4), 406–413.

- Zadek, S., Pruzan, P., & Evans, R. (1997). Building Corporate Accountability: Emerging Practices in Social and Ethical Accounting. *Auditing and Reporting*, Earthscan, London.
- Zeng, S.X., Tam, C.M. & Tam, V.W., 2010. Integrating Safety, Environmental and Quality Risks for Project Management Using a FMEA Method. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics* 21, 44–52.

ANEXOS

Anexo 1. Datos utilizados en los análisis de regresión lineal

ID	Empresa	País Origen	Sector_COD	Total MA*	Total SOC*	Grado RSE	Experiencia	VTAS 16	ROA 16	ROE 16
3	Grupo Financiero Actinver	México	0	6	8	14	1	5985	1	7
4	Aeroméxico	México	0	5	10	15	3	53925	2	8
6	AlG seguros Mx	EUA	0	2	13	15	1	4833	1	8
8	Alfa	México	0	5	13	18	6	3E+05	1	5
9	Allianz Mx	Alemania	0	5	9	14	2	10854	2	29
10	América Móvil	México	0	5	8	13	2	1E+06	1	5
11	Arca Continental	México	1	5	13	18	11	93666	7	12
13	Argonaut Gold	EUA	1	2	4	6	4	2707	8	
15	Asur	México	0	4	7	11	9	9753	12	16
16	Atento México	EUA	0	5	13	18	6	3739	5	52
17	Banco del Bajío	México	0	1	3	4	1	13148	1	13
18	Bank of America	EUA	0	0	7	7	2	39367	0	-9
19	Biopappel	México	1	6	8	14	3	21862	-1	-3
25	Axtel	México	0	5	9	14	1	13937	-11	-150
26	Bachoco	México	1	1	4	5	2	52020	9	13
27	Banorte	México	0	5	14	19	1	1E+05	2	14
28	Banregio	México	0	2	10	12	1	9330	2	18
30	Bimbo	México	1	6	17	23	9	3E+05	3	9
32	CEMEX	México	1	4	15	19	1	3E+05	3	8
33	CFE	México	0	1	6	7	4	4E+05	5	14
34	CIBanco	México	0	3	9	12	4	4367	1	13
35	Acciones y valores Banamex	EUA	0	5	15	20	1	14671	1	9
36	CMR	México	0	4	11	15	4	2716	-1	-2
37	Coca-cola FEMSA	México	1	5	13	18	3	2E+05	4	8
38	Codere México	España	0	2	7	9	1	6827	0	
39	Compusoluciones	México	0	5	10	15	2	4572	4	11
40	Consortio Ara	México	0	3	10	13	3	7632	4	6
42	Corporación Moctezuma	IT/ ES	0	3	7	10	7	12587	32	40
46	Elementia	México	0	4	9	13	5	19090	3	6

Fuente: elaboración propia. Grado RSE: Grado de involucramiento en RSE. Dimensión MA* medio ambiente y dimensión SOC* social: medidas a través de actividades de RSE reportadas en los informes. Experiencia: años que una empresa lleva reportando informes de RSE. Tamaño: medido mediante las ventas anuales al año 2016, expresado en millones de pesos. Sector: "1" industria y "0" otros sectores. ROE y ROA año 2016 expresados en porcentajes.

Continuación anexo 1. Datos utilizados en los análisis de regresión lineal

ID	Empresa	País Origen	Sector_COD	Total MA	Total SOC	Total RSE	Experiencia	VTAS 16	ROA 16	ROE 16
47	EliLilly	EUA	1	1	5	6	1	4309	-1	-2
48	FEMSA	México	0	4	7	11	17	399507	5	10
50	Fibra Macquarie Mx	México	0	5	7	12	1	3373	11	18
53	Gas Natural Fenosa	España	0	2	13	15	14	24511	4	7
55	GenommaLab	México	1	6	15	21	2	11316	-11	-24
56	Genera	México	0	0	11	11	1	20017	8	21
57	Constructora y Edificadora	México	0	1	8	9	13	3016	4	51
58	GNP	México	0	4	16	20	8	54701	2	19
60	GRUMA	México	1	3	10	13	4	68206	11	24
62	Grupo Industrial Saltillo	México	0	3	8	11	1	14552	4	10
63	Grupo México	México	0	6	12	18	12	152844	5	10
64	Grupo Salinas	México	0	4	15	19	1	105000	1	3
65	GrupoAeroportuarioCN	México	0	5	14	19	7	5532	14	28
66	GrupoCarso	México	0	5	1	6	7	95188	10	16
67	Grupo Elektra	México	0	5	15	20	6	81242	2	9
68	Grupo Gigante	México	0	3	4	7	1	30859	7	14
70	Grupo Punto Alto	México	0	3	7	10	1	8054	5	15
78	HSBC	Rusia	0	4	6	10	1	49623	1	6
80	Iberdrola	España	0	4	6	10	2	32445	4	10
81	Ienova	EUA	0	4	15	19	5	13425	10	16
84	Interceramic	México	0	6	14	20	4	9205	6	17
85	JohnsonControls	EUA	0	4	10	14	2	46757	2	4
88	Kimberly Clark Mx	EUA	1	5	14	19	7	35660	12	68
89	Kuo	México	0	5	11	16	1	33627	3	11
91	Lala	México	1	4	16	20	3	53468	10	15
92	Lamosa	México	0	4	8	12	5	13619	3	9
94	Mapfre	España	0	4	17	21	8	14354	2	17
97	Metlife	EUA	0	2	12	14	4	58060	5	35
98	Mexichem	México	1	5	14	19	1	100041	2	5
104	OHL	España	0	6	14	20	6	18899	6	11

Fuente: elaboración propia. Grado RSE: Grado de involucramiento en RSE. Dimensión MA* medio ambiente y dimensión SOC* social: medidas a través de actividades de RSE reportadas en los informes. Experiencia: años que una empresa lleva reportando informes de RSE. Tamaño: medido mediante las ventas anuales al año 2016, expresado en millones de pesos. Sector: "1" industria y "0" otros sectores. ROE y ROA año 2016 expresados en porcentajes.

Continuación anexo 1. Datos utilizados en los análisis de regresión lineal

ID	Empresa	País Origen	Sector_COD	Total MA	Total SOC	Total RSE	Experiencia	VTAS 16	ROA 16	ROE 16
106	PanAmericanSilver	Canadá	1	5	9	14	8	6609	4	5
107	Peñoles	México	1	5	16	21	17	82142	6	10
114	Quálitás	México	0	3	11	14	8	30190	3	21
115	Rassini	México	1	5	8	13	1	16340	10	25
117	Roche	Suiza	1	3	9	12	1	7948	-5	-20
120	Santander	España	0	5	17	22	13	100040	1	14
121	Scotianbank	Canadá	0	5	18	23	9	32250	1	11
122	Siemens	Alemania	1	4	14	18	1	19200	8	28
123	Sigma	México	1	5	13	18	2	106341	5	29
125	Soriana	México	0	2	9	11	1	149522	3	8
126	SuKarne	México	0	5	11	16	1	42008	1	3
127	Sura	Colombia	0	0	4	4	6	4243	20	22
128	Televisa	México	0	5	15	20	1	96287	2	6
131	TvAzteca	México	0	4	13	17	1	14197	-8	-56
132	Vitro	México	1	4	14	18	21	19840	8	14
134	Walmart	EUA	0	5	16	21	19	532384	12	20

Fuente: elaboración propia. Grado RSE: Grado de involucramiento en RSE. Dimensión MA* medio ambiente y dimensión SOC* social: medidas a través de actividades de RSE reportadas en los informes. Experiencia: años que una empresa lleva reportando informes de RSE. Tamaño: medido mediante las ventas anuales al año 2016, expresado en millones de pesos. Sector: "1" industria y "0" otros sectores. ROE y ROA año 2016 expresados en porcentajes.